



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE GALLETAS DE AVENA PARA LA CIUDAD DE
GUARANDA”.

AUTOR:

CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN

RIOBAMBA- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO- FINANCIERA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS DE AVENA PARA LA CIUDAD DE GUARANDA” previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas, ha sido desarrollado por el Sr CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
Director del Tribunal

Ing. Juan Carlos Vinueza Calderón
Miembro del tribunal

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN, estudiante de la Escuela de Ingeniería de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por haberme dado la salud y sabiduría para terminar mi proyecto y cumplir uno de mis objetivos.

A mis padres, por su apoyo constante por llenar mi vida con sus valiosos consejos y experiencias, por haberme dado la más grande herencia, una carrera profesional.

A mi hermana, por su apoyo y cariño en todo momento.

A toda mi familia, por siempre estar pendiente en todo el trascurso de mi carrera y brindarme todo su apoyo incondicional.

A todos mis amigos y amigas que han estado en cada una de las etapas de mi vida, por preocuparse siempre. Por sus consejos cariño y amistad.

CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, ya que con su infinita bondad me ha bendecido en cada etapa de mi vida, para que de esta manera llegue a la culminación de mi carrera profesional, mis sinceros agradecimientos a mis padres por ser el motor impulsador en mi diario vivir y todas las personas que han contribuido con su apoyo moral, sincero y desinteresado.

También agradezco a todos los profesores que me han apoyado una y otra vez entre los cuales se encuentran mi tutor Ing. Norberto Morales y miembro Juan Carlos Vinueza que con su paciencia y conocimientos me guiaron en el transcurso del proyecto y a todos aquellos a quienes no menciono por la amplia que sería la lista y hacia quienes guardo gratitud, admiración y respeto por su digna labor de formar excelentes profesionales.

CRISTIAN OSWALDO CHATA ESPÍN

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido elaborado para determinar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de galletas de avena para la ciudad de Guaranda, el cual se busca reconocer sus ventajas y desventajas al momento de su gestión. Para ello se realizó un diagnóstico para saber la situación en la que se encuentra la ciudad. Al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que existe necesidad por parte de los consumidores por adquirir el producto ya que la oferta del mismo a nivel local no cumple con todas las expectativas. Con el estudio técnico se determinó que la localización óptima del proyecto es en el sector de Santa Fe ya que posee las condiciones necesarias para que se desarrolle el proyecto sin ningún problema, como también se establece el proceso de producción del producto de forma eficiente. Para que se garantice el éxito de la microempresa es necesaria su constitución legal y administrativa.

En lo económico – financiera se determina que la inversión inicial para el proyecto es de \$ 28.130,19 de los cuales \$ 25.317,17 es financiado y \$ 2.813,02 de capital propio, después de analizar ingresos, costos y gastos se estructuro los estados financieros para posteriormente evaluarlos mediante los indicadores financieros, VAN positivo de 80195,32, TIR de 25,51, PRI de 2,18, C/B de 2,85 y una rentabilidad de 45,68, los cuales muestran la factibilidad positiva en los escenarios estudiados. Con todo lo manifestado anteriormente, se muestra la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto. La evaluación del impacto, determina que la ejecución del proyecto no incide en la contaminación del ambiental de agua, aire y suelo como también no destruye el ecosistema. Beneficia en gran medida a la población porque ofrece productos que contribuyen a mejorar la salud y contrarrestar enfermedades por su alto contenido nutricional. Estimula la vocación industrial y emprendedora del país al utilizar mano de obra y materia prima nacional.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

EXECUTIVE SUMMARY

This project has been developed to determine the feasibility for the creation a producer and marketer of oatmeal cookies for Guaranda which seeks to recognize their its advantages and disadvantages during its management. For this purpose was made a diagnostic to know the city situation. In the process of this market research it was determine that there is a need by consumers to buy the product inasmuch as the offer it a local level does not comply with all expectations. The technical studies determined that the optimal location of this project is in Santa Fe, It has necessary conditions to develop this project without problems as well as establish the process of production of an efficient product. To guarantee the micro-interprice success it requires its legal and administrative constitution.

In the Economical and financial determines that the initial investment to this project is \$28.130.19, whereof \$25.317.17 is financed and \$2.813.02 is own capital, after to analyze income, costs and expenses be design the financial statements to evaluate afterwards through financial indicators. The positive range from 80.195.32, TIR of 25.51, PRI and 2.18, C/B of 2.85 and an economic efficiency of 45.68, they show us the positive feasibility in setting studies. As we have previously indicated, it is shown the feasibility to start the launch the project. The impact assessment determines the implementation of project does not impinge in in environmental pollution of water, air and soil, neither destroyed the ecosystem. It benefits enormously to the population because it offers products that contribute to improving the health and counteracts diseases because of its high nutritional content. It stimulates industrial and entrepreneurial spirit of the country to use domestic labor and raw material.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Caratula.....	i
Certificación del tribunal	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen ejecutivo	vi
Executive Summary	vii
Índice de contenido	viii
Índice de tablas	xiii
Índice de ilustraciones	xv
Índice de gráficos	xvi
Índice de anexos.....	xvii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1 EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del problema	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVOS.....	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
CAPITULO II: MARCO TEORICO-CONCEPTUAL	4
2 ARCO TEORICO-CONCEPTUAL	4
2.1 MARCO TEORICO	4
2.1.1 Generalidades de la empresa	4
2.1.1.1 Concepto	4
2.1.1.2 Finalidad de la empresa.....	6
2.1.1.3 Administración de la Empresa	7
2.1.1.4 Clasificación de la Empresa	7
2.1.1.5 Pequeña y Mediana Empresa PYME	9
2.1.2 Diagnóstico situacional	12
2.1.2.1 Antecedentes.....	12

2.1.2.2	Historia	12
2.1.2.3	Ubicación y Límites.....	15
2.1.2.4	Clima.....	15
2.1.2.5	Hidrografía.....	16
2.1.2.6	La Sociedad.....	16
2.1.2.7	Ocupación	17
2.2	MARCO CONCEPTUAL	19
2.3	HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	23
2.3.1	Hipótesis general.....	23
2.3.2	Hipótesis específica	23
2.4	VARIABLES	23
	CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	24
3	MARCO METODOLÓGICO	24
3.1	MODALIDAD	24
3.2	TIPOS.....	24
3.3	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	24
3.3.1	Métodos	24
3.3.2	Técnicas.....	25
3.3.3	Instrumentos	25
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	25
3.4.1	Población.....	25
3.4.2	Muestra.....	26
3.5	Análisis e interpretación de resultados	27
	CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO	36
4	ESTUDIO DE MERCADO.....	36
4.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	36
4.1.1	Objetivo General	36
4.1.2	Objetivos Específicos	36
4.2	Estructura del mercado	36
4.2.1	Mercado de competencia perfecta	36
4.2.2	Mercado de monopolio.....	37
4.2.3	Mercado de competencia monopólica.....	37
4.2.4	Mercado oligopólico.....	37
4.3	PRODUCTO.....	37
4.3.1	Galletas de avena	37
4.3.2	Propiedades Terapéuticas.....	39

4.3.3	Trigo	40
4.3.4	Propiedades terapéuticas	41
4.4	DEMANDA	43
4.5	OFERTA	44
4.6	DEMANDA INSATISFECHA	46
4.6.1	Estrategia de precios.	47
4.6.2	Promoción	48
4.6.3	Estrategias de producto.	49
4.6.4	Estrategias de plaza.....	50
4.7	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	50
4.8	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	52
4.8.1	Canales de Distribución Para Productos de Consumo	53
4.8.2	Canales Para Productos Industriales o de Negocio a Negocio.....	55
CAPITULO V: ESTUDIO TECNICO		57
5	ESTUDIO TECNICO.....	57
5.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	57
5.1.1	Objetivo General	57
5.1.2	Objetivos Específicos	57
5.2	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	57
5.2.1	Disponibilidad de recursos financieros	57
5.2.2	Disponibilidad de mano de obra	58
5.2.3	Disponibilidad de Insumos, Materia Prima y Materiales	58
5.2.4	Disponibilidad de tecnología.....	58
5.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	63
5.3.1	Macrolocalización.....	64
5.3.2	Microlocalizacion.....	65
5.3.2.1	Infraestructura.....	65
5.3.2.2	Trasporte y comunicación.....	66
5.3.2.3	Fuentes de abastecimiento	66
5.3.2.4	Disponibilidad de servicios básicos.....	66
5.4	INGENIERÍA DEL PROYECTO	68
5.4.1	Proceso de producción.....	68
5.4.1.1	Características físicas del producto	68
5.4.1.2	Elaboración de galletas de avena	69
5.4.1.3	Definición de procesos	70
5.4.1.4	Flujograma de procesos para la elaboración de galletas de avena	71

5.4.1.5	Capacidad de producción	72
5.4.2	Distribución de planta	73
5.4.2.1	Distribución física de la planta.....	73
5.5	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	75
5.5.1	Descripción de la empresa	75
5.5.2	Misión de la empresa.....	76
5.5.3	Visión de la empresa.....	76
5.5.4	Objetivos empresariales:	77
5.5.5	Valores Empresariales	77
5.5.6	Políticas	78
5.5.7	Estructura organizacional.....	78
5.5.8	Organigrama Estructural de la Microempresa	79
5.5.9	Manual de Funciones.....	79
5.6	MARCO LEGAL DE LA EMPRESA.....	86
5.6.1	Aspecto legal	86
5.6.2	Nombre o razón social.....	86
5.6.3	Requisitos legales para el funcionamiento	86
5.6.4	Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)	87
5.6.5	Afiliación a la Cámara de Comercio	87
5.6.6	Patente Municipal	87
5.6.7	Permiso de la Dirección de Higiene Municipal	88
5.6.8	Permiso Único de Funcionamiento Anual	88
5.6.9	Permiso de funcionamiento Ministerio Salud Pública (M.S.P.)	88
	CAPITULO VI: ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO	89
6	ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO	89
6.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO	89
6.1.1	Objetivo General	89
6.1.2	Objetivos Específicos	89
6.2	INVERSIÓN FIJA	89
6.3	INVERSIÓN DIFERIDA	92
6.4	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	93
6.5	REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS	98
6.6	FINANCIAMIENTO DE COSTOS E INVERSIONES.....	107
6.7	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	112
6.8	ESTADOS FINANCIEROS	113
6.9	ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS.....	122

6.10	ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL	122
6.11	ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	123
	CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
7.1	CONCLUSIONES.....	125
7.2	RECOMENDACIONES.....	125
	BIBLIOGRAFÍA	126
	ANEXOS.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Parroquias Urbanas.....	14
Tabla 2: Parroquias Rurales.....	14
Tabla 3: Variables.....	23
Tabla 4: Consumo de galletas.....	27
Tabla 5: Frecuencia de consumo de galletas	28
Tabla 6: Características que toma en cuenta a la hora de adquirir galletas	30
Tabla 7: Establecimiento en que compra las galletas	31
Tabla 8: Nivel de aceptación de la nueva galleta.....	33
Tabla 9: Preferencia del empaque de las galletas	34
Tabla 10: Propiedades Nutricionales de la avena	40
Tabla 11: Propiedades nutricionales del trigo.....	42
Tabla 12: Proyección de la demanda	43
Tabla 13: Proyección demanda futura	44
Tabla 14: Proyección de la oferta	45
Tabla 15: Proyección de la oferta futura.....	45
Tabla 16: Proyección de la Oferta Histórica y Potencial.....	46
Tabla 17: Proyección Demanda Insatisfecha.....	47
Tabla 18: Medios publicitarios	48
Tabla 19: Pago por paquete de galletas actualmente	51
Tabla 20: Empresas proveedoras de Maquinaria.....	59
Tabla 21: Tiempos por parada	72
Tabla 22: Capacidad de Producción	72
Tabla 23: Manual de Funciones del Gerente	80
Tabla 24: Manual de funciones de la Secretaría- Contadora.....	81
Tabla 25: Manual del Jefe de Producción.....	82
Tabla 26: Manual de funciones del Asesor Comercial	83
Tabla 27: Manual de funciones del Panadero	84
Tabla 28: Manual de funciones del Ayudante	85
Tabla 29: Equipos Informáticos.....	89
Tabla 30: Equipos de oficina	90
Tabla 31: Muebles y Enseres	90
Tabla 32: Maquinaria y Equipo	90

Tabla 33: Herramientas.....	91
Tabla 34: Equipos de Trabajo	91
Tabla 35: Suministros de Oficina	91
Tabla 36: Suministros de Limpieza	92
Tabla 37: Gastos de Constitución	92
Tabla 38: Depreciación Equipos Informáticos	93
Tabla 39: Depreciación Equipos de oficina	94
Tabla 40: Depreciación de Muebles y Enseres	95
Tabla 41: Depreciación Maquinaria y Equipo	96
Tabla 42: Resumen de Depreciación	97
Tabla 43: Recurso Humano Administrativo	98
Tabla 44: Rubros.....	99
Tabla 45: Recurso Humano de Producción	99
Tabla 46: Rubros.....	100
Tabla 47: Consumo energía eléctrica mensual	101
Tabla 48: Consumo de agua potable mensual	101
Tabla 49: Consumo telefónico por minutos.....	102
Tabla 50: Resumen Gastos Administrativos.....	102
Tabla 51: Resumen Gastos Operativos	103
Tabla 52: Costos de producción.....	104
Tabla 53: Costos de producción según los escenarios	104
Tabla 54: Resumen inversión Inicial	105
Tabla 55: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario del proyecto	105
Tabla 56: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario pesimista del proyecto	106
Tabla 57: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario optimista del proyecto	106
Tabla 58: Préstamo Bancario	107
Tabla 59: Resumen Financiamiento	110
Tabla 60: Resumen de Costos Fijos y Variables	111
Tabla 61: Punto de Equilibrio.....	113
Tabla 62: Estado de Situación Financiera.....	114
Tabla 63: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	115
Tabla 64: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado años posteriores	118
Tabla 65: Indicadores Financieros	121

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa ciudad de Guaranda	15
Ilustración 2: Canales de Distribución	56
Ilustración 3: Horno de convección automático a gas 12 bandejas	60
Ilustración 4: Batidora	61
Ilustración 5: Amasadora	62
Ilustración 6: Empacadora de galletas	63
Ilustración 7: Mapa de Macrolocalización.....	65
Ilustración 8: Mapa de Microlocalización	67
Ilustración 9: Croquis de la ubicación de la Microempresa.....	67
Ilustración 10: Distribución interna de la planta.....	74
Ilustración 11: Logotipo de la Empresa	75
Ilustración 12: Etiqueta para los productos.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Consumo de Galletas	27
Gráfico 2: Frecuencia de consumo de galletas	29
Gráfico 3: Características que toma en cuenta a la hora de adquirir galletas	30
Gráfico 4: Establecimiento en que compra las galletas	32
Gráfico 5: Nivel de aceptación de la nueva galleta	33
Gráfico 6: Preferencia del empaque de las galletas	35
Gráfico 7: Pago por paquete de galletas actualmente	52
Gráfico 8: Proyección Punto de Equilibrio	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1: Encuesta realizada a la población de Guaranda	128
Anexos 2: Requisitos para créditos del segmento productivo	130
Anexos 3: Proforma maquinaria Hornos Andino	131
Anexos 4: Muebles y Enseres MADERMUEBLE	134
Anexos 5: Cartón para las galletas.....	134
Anexos 6: Preparación de galletas de avena	135
Anexos 7: Galletas listas para meter al horno.....	135

INTRODUCCIÓN

Para realizar la presente investigación se ha elegido el tema “Estudio de factibilidad económico-financiera de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena para la ciudad de Guaranda” debido a que en nuestra ciudad no existe una empresa que ofrezca productos novedosos, que sean de sano consumo para la sociedad.

El primer capítulo constara de las generalidades de la microempresa, de qué tipo de empresa va ser, y como va estar administrada cuáles van a ser las características que se diferencien de las demás, realizar un diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra nuestra ciudad el cual ayudara a ver si es posible la realización del proyecto.

El segundo capítulo contendrá un estudio de mercado mediante el cual vamos a saber si el producto va a tener acogida por la sociedad.

El tercer capítulo tratara sobre el estudio técnico este nos muestra cual va a ser el proceso de producción del producto determinado, este proceso vamos a poder determinar cuál es la cantidad necesaria de maquinaria, equipos de producción y mano de obra calificada, además identificar a los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que nos ayuden a obtener un producto de calidad y la capacidad del proceso para así poder lograr satisfacer la demanda estimada en el capítulo anterior.

El cuarto capítulo abordara el estudio económico-financiero en el cual se va a evaluar la viabilidad de la microempresa, se realizara los respectivos análisis financieros, balances y estados de resultados, también se trabajara con instrumentos financieros como son el VAN, TIR, B/C, PRI con la finalidad de llegar a la conclusión de si es posible o no invertir en este proyecto.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Guaranda la gente consumen productos de escasos nivel nutricional, no existe la oferta de productos con contenido nutricional o novedosos y las personas prefieren dedicarse a buscar trabajo no tienen iniciativa para producir y comercializar nuevos productos que sean más sanos para la salud de la población en general, es por eso que se pretende realizar un estudio de factibilidad de galletas de avena para el consumo de dicho producto sería una alternativa para mejorar la condición de vida, salud y de trabajo para la población y del sector.

Este producto tiene como finalidad contribuir al mejoramiento de la alimentación de niños, adolescentes, adultos y en especial de las mujeres, el alimento, es capaz de resolver enfermedades nerviosas, digestivas, reumáticas, convirtiéndose en un alimento básico para la alimentación diaria del ser humano.

1.1.1 Formulación del problema

¿De qué manera el estudio de factibilidad económico-financiera de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena ayudará a la ciudad de Guaranda?

1.1.2 Delimitación del problema

El problema de estudio se trata sobre el campo económico financiera, este estudio se realizará durante el año 2014 y 2015, se pretende saber con exactitud si es posible la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena para lo cual se va a realizar un estudio de factibilidad económico-financiera.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día, a pesar de la actual situación del país, se ha desarrollado un gran incremento de personas dedicadas a la producción y/o comercialización de galletas, pero sin una orientación previa o algún conocimiento básico de las técnicas y maneras de manejar

una empresa, en la actualidad un producto no se vende solo, sino que detrás de él existen muchas personas las cuales están esperando una oportunidad para mejorar sus ingresos, su forma de vida, y lo más importante, el ser útil así mismo a la sociedad, este tipo de cereal no es muy difundido, y ofrece grandes ventajas para la salud y sobre todo para el desarrollo físico e intelectual de los consumidores.

Es necesario dar a conocer los beneficios que se obtienen al consumir avena porque su acción terapéutica no puede encontrarse en ningún otro cereal, que este noble alimento es capaz de resolver el curso de graves enfermedades nerviosas, digestivas, reumáticas y a su vez, satisfacer el más exigente paladar. De ahí la importancia que adquiere el proyecto para hacer llegar este cereal al consumidor mediante la industrialización de la avena para obtener, como producto final, galletas de avena que sean de fácil adquisición para el consumidor.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Analizar la factibilidad económico-financiera de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena para la ciudad de Guaranda.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico que nos permita saber cuál es la situación actual en la que se encuentra la ciudad.
- Determinar un planteamiento adecuado que permita solucionar el problema.
- Delinear el direccionamiento estratégico que permita a la futura microempresa establecer sus políticas y estrategias para lograr la adecuada operación de la misma.

CAPITULO II: MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

2.1 AMARCO TEORICO

2.1.1 Generalidades de la empresa

2.1.1.1 Concepto

En nuestro medio en el que vivimos tanto económico como social, la empresa ocupa sin lugar a dudas el eje fundamental de desarrollo para cualquier sociedad en la que nos encontremos.

Una empresa está constituida por una organización tanto: pública, privada, política, social, gubernamental, etc.

Empresa, del latín inprehensa, significa toma o conquista; representa una acción esforzada y conjunta. Como acción conjunta, empresa es toda asociación industrial o de otra índole, creada con el fin de realizar obras materiales, negocios o proyectos de importancia.

La empresa es una organización económica creada por la libre iniciativa, constituye una comunidad de personas e intereses que, al perseguir objetivos económicos específicos, forjan ideas y actitudes, crean oportunidades de progreso, fuentes de trabajo y de seguridad social, y es, con los demás sectores sociales, solidariamente responsable del desarrollo del país.

Todas las empresas tienen distintas generalidades, entre ellas se encuentran el propósito estratégico en cual se enfoca en el ambiente interno de la organización e implica identificar recursos, valores, capacidades y aptitudes, reflejando lo que ésta puede hacer para aprovecharlos, el propósito estratégico se manifiesta cuando todos los directivos y empleados de la organización se comprometen a incrementar su capacidad para superar a la competencia.

2.1.1.1.1 Sentido económico de la empresa

En sentido económico, la empresa es un conjunto de medios humanos y materiales que, a través de la producción y de la prestación de servicios busca la obtención de beneficios. En un sentido económico específico, la empresa se define como la unidad de

producción o cambio basada en el capital y que persigue la obtención de beneficios, mediante la explotación de riquezas de la publicidad, de crédito o de cualquier otro medio.

Es importante que tengamos en cuenta que toda empresa requiere una organización; esto es, la combinación e integración de los factores de producción según un plan que establece el empresario.

2.1.1.1.2 Carácter jurídico de la empresa.

Toda empresa tiene su propia personería jurídica, y eso está contemplado dentro del marco legal de cada nación. Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.

2.1.1.1.3 La empresa desde el punto de vista social.

Desde el punto de vista social, la empresa es una asociación de personas que poniendo en actividad los elementos que dispone, procura a sus miembros y a sus familias el miembro de vida material y moral que les corresponde por su condición de seres humanos.

Ya no se puede pensar en la empresa privada simplemente como un mecanismo para la producción de mercancías, servicios y beneficios; o como un organismo biológico luchando para mantenerse vivo dentro de un ambiente. La empresa privada es hoy en día un sistema social con un gran impacto sobre las personas que la componen. Estas personas tienen una influencia recíproca en la sociedad en que participan.

Debe por lo tanto preocuparnos no sólo cómo se producen y distribuyen los productos, sino también el tipo de publicidad que se utiliza, la manera en que se empleen los recursos naturales, la disposición de los desperdicios y el impacto de todos esos factores en el fraguar de nuestros valores sociales.

La empresa aporta y postula muchos valores sociales y pensamos que es fundamental establecer un profundo contacto con esos, entre los que se destacan:

- El valor del individualismo.
- El valor de la libertad para emprender algo sin temor.
- El valor de la libre contratación.
- El valor del cumplimiento de los acuerdos
- El valor del pluralismo.
- El valor de la autoridad que nace de la capacidad y de los conocimientos.
- El valor de la productividad.
- El valor de la conciliación negociada entre patrones y trabajadores.
- El valor de la competencia por servir mejor y a menor costo.
- El valor de la participación.
- El valor de la asociación voluntaria.

2.1.1.1.4 La empresa como un conjunto de elementos.

La empresa, tiene su propia estructura social que se derivan de los elementos humanos que le sirven; producción y consumo se dirigen a seres que viven en la sociedad, en una sociedad moderna, transformada en sociedad de consumo.

2.1.1.2 Finalidad de la empresa

1. Finalidad económica externa, que es la producción de bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.

2. Finalidad económica interna, que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidades o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones. Esta finalidad incluye la de abrir oportunidades de inversión para inversionistas y de empleo para trabajadores. Se ha discutido mucho si una de estas dos finalidades está por encima de la otra. Ambas son fundamentales, están estrechamente vinculadas y se debe tratar de alcanzarlas simultáneamente. La empresa está para servir a los hombres de afuera (la sociedad) y a los hombres de adentro (sus integrantes).

3. Finalidad social externa, que es contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no solamente no se vulneren los valores sociales y personales fundamentales, sino que en lo posible se promuevan.

4. Finalidad social interna, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no vulnerar valores humanos fundamentales, sino también promoviéndolos. (4uPress, 2013)

2.1.1.3 Administración de la Empresa

La administración de empresas es una actividad destinada a organizar los recursos empresariales, humanos y materiales, en vistas a la consecución de sus objetivos. Para ello se elabora un plan estratégico en miras a la misión o fin a largo plazo que la organización se propone. Para planificar se deben tomar en cuenta las fortalezas y debilidades del emprendimiento, y su relación con otras empresas, en cuanto a su posicionamiento relativo, para lo que se requiere una investigación del mercado del que se trate. Quien se ocupa de administrar la empresa debe producir con el mínimo costo el máximo beneficio, siendo sus claves de acción, la eficiencia, la eficacia, la organización, la investigación, las ideas innovadoras y la toma de decisiones.

Modernamente el ambiente cambiante y altamente competitivo en que las empresas desarrollan su existencia, obliga para subsistir y crecer, que los administradores de empresas estén permanentemente informados de las nuevas necesidades de los usuarios o consumidores, de las normas legales vigentes, de los avances tecnológicos, de los cambios en la competencia, para ir organizando y reorganizando sus propios recursos, a través de la estructura empresarial y de las estrategias o caminos escogidos para alcanzar sus fines.

Una vez hecha la planificación y puesta en marcha de la acción empresarial, debe ejercerse el proceso de control, que consiste en comparar el rendimiento real con el esperado, no solo en cuanto a las ventas y réditos obtenidos, sino también en cuanto al desempeño del personal o a la calidad de lo producido. De ser necesario, deben realizarse actividades correctivas. (Trejo, 2008)

2.1.1.4 Clasificación de la Empresa

❖ Por su patrimonio

- ✓ **Estatual o Pública.-** El capital pertenece al Estado.
- ✓ **Privada o Particular.-** El capital pertenece a personas naturales o personas jurídicas privadas.
- ✓ **Mixta.-** El capital está integrado por aportes del sector público y privado.

❖ **Por su finalidad**

- ✓ **Lucrativas.-** Persiguen un beneficio de tipo económico reflejadas en las utilidades al final de un ejercicio.
- ✓ **No Lucrativas.-** Tienen como objetivo un beneficio social que se ve reflejado en el bienestar de la comunidad.

❖ **Por su estructura jurídica**

- ✓ Nombre Colectivo
- ✓ En Comandita Simple
- ✓ En Comandita por Acciones
- ✓ Responsabilidad Limitada
- ✓ Sociedades o Compañías Anónimas
- ✓ Compañía de Economía Mixta
- ✓ Unipersonal con Responsabilidad Limitada

❖ **Por su tamaño**

- ✓ **Micro empresa:** Si posee 10 o menos trabajadores.
- ✓ **Pequeña empresa:** Si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.
- ✓ **Mediana empresa:** Si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- ✓ **Gran empresa:** Si posee entre 250 y 1000 trabajadores.
- ✓ **Macroemprendimiento** Si tiene más de 1000 trabajadores

❖ **Por su actividad**

- ✓ **Primarias o Extractivas.-** Minería, Pesca, Ganadería.
- ✓ **Secundarias o de Transformación Industrial.-** Artesanía, Construcción, Industriales.

- ✓ **Terciarias o de Servicios.-** Transporte, Bancos, Comerciales, Instituciones Financieras.

❖ **Según su ámbito de actuación**

- ✓ **Empresas locales:** Son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
- ✓ **Empresas nacionales:** Son aquellas empresas que actúan dentro de un solo país.
- ✓ **Empresas multinacionales:** O empresas internacionales, son aquellas que actúan en varios países.

2.1.1.5 Pequeña y Mediana Empresa PYME

2.1.1.5.1 Concepto

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

2.1.1.5.2 Importancia de las PYMES

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y

comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

2.1.1.5.3 Tratamiento tributario de las PYMES

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea su caso Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias escogiendo las opciones Personas Naturales ó Sociedades.

2.1.1.5.4 Ventajas de la Microempresa

Una microempresa tiene las siguientes ventajas:

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleo.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.

2.1.1.5.5 Características de la Microempresa

Una microempresa tiene las siguientes características:

- Suelen ser de propiedad de pocas personas.
- Tienen un rubro específico de acción.
- Tienden a crecer: suelen evolucionar a pequeñas o medianas empresas.
- No poseen más de 10 empleados.
- Las ventas son limitadas en monto y volumen.
- Se adaptan a las unidades productivas (adecuan la disponibilidad de recursos a la situación).
- El capital se destina a la satisfacción de necesidades de supervivencia.

2.1.1.5.6 Clasificación de la Microempresa

Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan, están se dividen en distintos rubros, concentrándose en las siguientes áreas:

- ❖ Según su actividad:
 - ✓ **Producción:** Estas son aquellas que producen artículos a menor escala y los venden a intermediarios, o al consumidor final.
 - ✓ **Comercio:** Estas son aquellas que se dedican a la compraventa, compran productos los cuales venden.
 - ✓ **Servicio:** Estas son aquellas que realizan un trabajo o prestan servicios a otras empresas
- ❖ Por otro lado, las microempresas se pueden clasificar según la potencialidad, capacidad de crecimiento o de desarrollo.
 - ✓ **Microempresa de subsistencia:** Estas son unidades económicas situadas bajo los niveles de acumulación, que no han logrado reproducir y/o retener excedente económico necesario para generar un capital o para reproducir el proceso de producción, sino más bien se limitan a remunerar el trabajo.
 - ✓ **Microempresa de acumulación simple:** Son aquellas que logran retener los excedentes generados en el proceso productivo, donde escasamente se garantiza reproducir el proceso de reproducción. Posee escasa capacidad de ahorro.
 - ✓ **Microempresa de acumulación ampliada:** Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, con un grado tal que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente tales, que en su mayoría disponen de personal calificado y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.
- ❖ Según la propiedad del capital:
 - ✓ **Unipersonales:** el dueño es una sola persona.
 - ✓ **Asociativa:** cuando son dos o más personas.
- ❖ Según la cantidad de funciones:
 - ✓ **De función única:** desarrollan una sola actividad.
 - ✓ **De Función múltiple:** incorporan varias funciones.
- ❖ Según la novedad de producción
 - ✓ De producción por copia: el bien o servicio ya está en el mercado.

- ✓ De producción innovadora: produce nuevos bienes o servicios o le introduce alguna modificación que lo hace diferente al existente. (8150-Microempresas, 2011)

2.1.2 Diagnóstico situacional

2.1.2.1 Antecedentes

San Pedro de Guaranda es la capital de la Provincia de Bolívar, en la República del Ecuador, América del Sur. Está ubicada a 2.668 msnm., a solo 220 km. de Quito, la capital del país, y a 150 km. de Guayaquil, puerto principal.

Se la conoce como "Ciudad de las Siete Colinas", por estar rodeada de siete colinas: San Jacinto, Loma de Guaranda, San Bartolo, Cruzloma, Tililag, Talalag y el Mirador.

Guaranda es una ciudad pequeña, muy pintoresca, multicolor, enclavada en la Cordillera Occidental de los Andes. Con una vista espectacular del volcán Chimborazo. Cuenta con un clima muy agradable que oscila entre los 15 y 21 grados centígrados. Guaranda tiene una infraestructura única y llamativa, sus edificaciones llegan máximo a tres pisos, sus calles angostas son adoquinadas. Es una ciudad apacible, tranquila, sosegada, llena de calma, con gente muy amable y acogedora. Tiene el encanto de las ciudades idóneas para un buen descanso, en donde la cercanía y la camaradería es un plus que le da un encanto particular.

2.1.2.2 Historia

Guaranda probablemente provenga del nombre de una tribu primitiva que pobló los territorios en los que hoy se asienta la ciudad de Guaranda, llamados Guaranga.

Guaranga también es el nombre de un frondoso árbol que abundaba en este territorio, y uno de los cuales está sembrando en el parque 9 de Octubre de la ciudad, como símbolo que recuerda éste acontecimiento.

Fausto Silva Montenegro sobre el origen del nombre Guaranda afirma lo siguiente "Perdida en la memoria del tiempo, se oculta entre los pliegues del desenvolvimiento

cultural de los pueblos, la época de la fundación autóctona de Guaranda. Sobre el origen de su nombre se encuentra entremezclada la leyenda y la realidad.

Se supone que Pachacámac se apareció al Cacique Guaranga:

“Será a la hora en que el sol se encuentre en el cenit, y es entonces que no habrá uno solo que no mire volando en el cielo una bandada de mil gavilanes disputándose una presa, la misma que al escaparse de sus garras caerá al suelo. En el lugar que caiga y continúe la disputa que será junto al ARBOL DE HUARANGO bajo cuyo espeso ramaje deliberan vuestras resoluciones, fundareis el asiento que llevará tu nombre, que significa POBLADO DE GAVILANES. Aves éstas que desde cuando hicieron su aparición aquí, al caer de la tarde posan su vuelo entre las ramas del árbol más gigantesco que sombrea la planicie”. Así se fundó este asiento, nos relata Augusto C. Saltos.

La hipótesis de origen Chimú está basada en que se atribuye a ese idioma la existencia de palabras terminadas en NGA. Nuestra actual Capital Provincial pudo haber sido fundada por Mitimaes de Cajamarca, o sea, de la nación de los Yungas o Mochicas, donde hasta el siglo décimo séptimo se hablaba Chimú. En este caso pudo llamarse originalmente Guauhranga o Quauhranga, “El afijo cuach o quauh del idioma nahuatl (mejicano), se pronuncia en castellano como hua o gua, significando “ARBOL”. En este caso se leería Guaranga, como el “sitio del árbol”. La hipótesis de origen kichwua establece que huaranga significa MIL, en base a ella, ¿fueron tal vez mil habitantes, quienes conformaron este poblado indio?... El árbol “Guarango” (*Grosopia tórrida*) cuyo ramaje servía de abrigo a las reuniones de los caciques, tiene más credibilidad que la anterior, como antecedente del nombre de la actual capital de Bolívar, por cuanto la alegoría y simbolismo era muy marcado en estos pueblos.

El investigador Abraham Erazo, (*La Provincia de Bolívar en 1934*) relata una leyenda según la cual “en época desconocida, se reunieron los Tomabelas en número de mil y descendieron a establecer el poblado aborígen en el sitio que en el día se levanta la capital provincial. Se ha querido encontrar aquí la etimología de la palabra GUARANDA; pero, a nuestro criterio lo suponemos falta de fundamento histórico tal aseveración”.

Los investigadores Costales y Peñaherrera formulan la siguiente interpretación: “Guaranda viene de la voz Panzalca que significa poblado, y Auga o Auca que significa gavilán, en kichwua quiteño y cusqueño, respectivamente, es decir “Poblado del gavilán”.

Desde otra latitud, en la parroquia de Chillogallo, del cantón Quito, se encuentra GUARANDAUCU, que es una vertiente, cuyo nombre en español corresponde a “hondonada de la primera fuente de agua pura del cerro”. El nombre provendría “del cakchikel: quwa: fuente en agua pura, el adj, ra: primero, en páez: ta: cerro y el sust: ucu: hondonada, hueco”. Desde este punto de vista, Guaranda, sería “primera fuente de agua del cerro”.

División Política:

Políticamente el Cantón Guaranda está dividido en:

Tabla 1: Parroquias Urbanas

Parroquias Urbanas:
1. Ángel Políbio Chávez
2. Gabriel Ignacio Veintimilla
3. Guanujo

Fuente: GADPB

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 2: Parroquias Rurales

Parroquias Rurales:
1. Salinas
2. Simiatug
3. San Simón
4. San Lorenzo
5. Santa Fe
6. Julio Moreno
7. Facundo Vela
8. San Luis de Pambil

Fuente: GADCG

Elaborado por: Cristian Chata

Ilustración 1: Mapa ciudad de Guaranda



Fuente: GADCG

Elaborado por: Cristian Chata

2.1.2.3 Ubicación y Límites

Ubicada en el centro del Ecuador limitada al norte con las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, al sur con la provincia de Guayas, al este con la provincia de Chimborazo y al oeste con la provincia de Los Ríos.

2.1.2.4 Clima

La ciudad tiene un clima variado que va desde los páramos fríos, entre 4° C a 7° C, hasta subtropical cálido, de 18° C a 24° C. Es un cantón que tiene varios pisos climáticos.

2.1.2.5 Hidrografía

Guaranda está bañada por los ríos Salinas e Illangama (río Guaranda), cuyas vertientes iniciales están en los páramos del Chimborazo.

2.1.2.6 La Sociedad

Los guarandeños son gente muy acogedora y excelentes anfitriones, que ofrecen su hospitalidad indistintamente a los visitantes ya sea en cualquier fecha.

En la ciudad de Guaranda, confluyen una serie de manifestaciones culturales, que entrelazan lo urbano con lo rural agrario; lo mestizo e indígena, que han construido, a lo largo de los años, tradiciones, hábitos, leyendas y demás manifestaciones culturales propias del cantón.

En Guaranda, desde antaño, ha habido una relación cotidiana entre mestizos e indígenas, de ahí que en el lenguaje del guarandeño se han asimilado como propios varios vocablos del kichwau como: arrarraí por "qué calor"; achachay por "qué frío". Esta relación cotidiana intercultural le ha permitido a Guaranda construir una cultura basada en tradiciones, hábitos, costumbres entrelazadas por las concepciones mestizas de origen español y las milenarias concepciones indígenas. En la cultura del Cantón Guaranda se nota una clara influencia de la cultura indígena.

Es necesario resaltar que los pueblos indígenas que habitan en el cantón Guaranda, guardan intactas muchas de sus costumbres y tradiciones. Hay varios pueblos indígenas como los Warancas.

En las fiestas religiosas, especialmente en la de San Pedro y San Pablo (29 de junio) se observa y siente éste sincretismo entre el mundo mestizo y el indígena.

Guaranda, la ciudad de las Siete Colinas, con enormes manifestaciones culturales, dispersadas a lo largo de su geografía, en las zonas urbanas y rurales; especialmente las de Carnaval, denominada por su gente como la Fiesta Mayor, en la que se demuestra plenamente todas sus manifestaciones culturales, plasmadas en la poesía, la música, la danza, la gastronomía, etc., ha plasmado una sinergia muy especial entre sus habitantes, gracias al Carnaval, en donde la Cultura aglutina a toda la población.

También Guaranda ha generado grandes valores humanos, que con su talento y capacidad han aportado a las letras, la poesía, el periodismo, las artes locales, regionales, nacionales y mundiales.

2.1.2.7 Ocupación

Más del 70% de la población de Bolívar vive en las áreas rurales y un 83% se dedica a la agricultura y la ganadería. Y este porcentaje de personas viviendo fuera de las ciudades ha hecho que la Dirección Provincial de Turismo de Bolívar ponga su atención hacia las familias y comunidades que habitan en las distintas áreas campesinas. De esa manera, se ha puesto especial interés en fomentar el turismo comunitario en la provincia serrana.

Según la entidad, las actividades más ofertadas son: caminatas, escalada deportiva, acampada, convivencia con la población (turistas y comunidades), turismo empresarial (economía popular y solidaria) y rescate de los valores culturales de la zona.

Mientras que dentro de las actividades para el desarrollo del turismo comunitario se contrataron técnicos para elaborar una consultoría sobre el potencial turístico de Bolívar; el costo de la misma asciende a 60 mil dólares y por el momento se tienen identificadas 30 cabañas abandonadas, las cuales podrían ser restauradas para su utilización.

Aprovechar la diversidad de pisos climáticos es una de las ventajas que tiene la provincia para atraer a los turistas. “Por su ubicación geográfica, Bolívar tiene muchas ventajas; ese es el caso de las cortas distancias que separan a los páramos de las regiones del subtrópico. Por ejemplo, entre Guaranda y Balsapamba no hay más allá de 60 kilómetros; es decir, una hora y cuarenta y cinco minutos es el tiempo que nos lleva cambiar de región”, afirmó Germán Sánchez, técnico de Gestión de Proyectos de la Dirección de Turismo de Bolívar.

Así mismo, el cantón Salinas, que es un referente en turismo comunitario a escala nacional, cuenta con un proyecto en el que intervienen 10 de las 33 comunidades de la provincia.

En el sector de Yura Ugsha, que quiere decir paja blanca en quichua, ubicado a 4.200 metros sobre el nivel del mar, se hizo un estudio que determinó la existencia de vertientes subterráneas de agua. “Este estudio lo venimos haciendo desde hace dos meses y en él participan alrededor de 40 familias. Cavamos más o menos un metro y medio y el agua salió a la superficie; luego utilizamos los mismos “colchones” naturales del páramo para retenerla; al momento, el agua es utilizada para regar los campos y no descartamos que sea apta para el consumo humano en el futuro”, explicó, de su lado, Dorian Ruiz, representante del sector del turismo comunitario de la parroquia Salinas.

Hasta el momento, la Dirección de Turismo provincial tiene definidos seis circuitos de turismo comunitario. Al primero se lo denomina de Aventura y Leyendas y atraviesa las comunidades de Bucay (Guayas) y Chillanes (Bolívar). Se relaciona con el paso del ferrocarril de la región Sierra a la Costa.

El segundo es el de Historia y Naturaleza. Este inicia en el Cantón San Miguel y termina en Caluma.

El circuito del Hielo, Paisajes Andinos y Quesos abarca las faldas del volcán Chimborazo hasta la parroquia Salinas.

Lagunas, Montañas y Artesanías es el cuarto circuito que contempla la comunidad de Simiatug y sus alrededores.

Al quinto se lo denomina De las Cascadas y de los Trapiches, ubicado en el subtrópico de la parroquia Salinas. Chazojuan y Tigre Urco son las principales comunidades que están dentro de esta ruta.

Bosques y Planicies Tropicales es el siguiente, donde se recorren Las Naves y San Luis de Pambil, como los principales poblados.

Los circuitos no son fijos. Se pueden ir vinculando más comunidades y se los clasifica según el grado de potencialidad y motivación de cada comunidad. Se espera la coordinación con la empresa privada, que se encargaría de crear espacios de comercialización del turismo.

Mientras tanto, se trabaja para fortalecer e incentivar a las comunidades para que estén capacitadas con el fin de dinamizar la economía en esta área.

Otra de las entidades que está trabajando para promover a la provincia es el Ministerio de Turismo, que efectúa una campaña de empoderamiento de los destinos turísticos, a través de spots radiales, entrevistas en medios de comunicación y recorridos por lugares emblemáticos de la provincia.

“Al momento, el destino turístico más vendido es Salinas; pero Bolívar tiene otros espacios que requieren ser explotados todavía más, por su belleza y su fácil accesibilidad”, indicó Wellington Aguirre, técnico consultor en marketing.

Sostuvo también que la provincia es conocida en el país por la fama de sus fiestas de Carnaval, pero que aparte de eso hay otras celebraciones de importancia, como la Semana Santa que se aproxima y que debe ser promovida.

“Ahora ya hay mayor participación de las agencias de viaje, que venden paquetes con sitios dentro de la provincia de Bolívar. Pero aún se requiere que la propia gente conozca lo suyo y sea la que propicie la venta de sus riquezas a los visitantes. Esa es la idea de la campaña del Ministerio”, manifestó Aguirre. (Gobierno Autonomo Descentralizado del cantón Guaranda, 2014).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Factibilidad

(Córdoba Padilla, 2011), afirma que, “Es el nivel más profundo, conocido como proyecto definitivo o proyecto simplemente”.

Estudio de Mercado

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010), marca que, “Es un grupo de personas o empresas para las que una compañía diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing que pretende satisfacer las necesidades de ese grupo, lo que resulta en intercambios mutuamente benéficos, también conocidos como mercado objetivo”.

Demanda

(Lara Davila , 2010), considera que, “Es la suma de las adquisiciones de un bien o un servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas para satisfacer sus necesidades”.

Demanda Insatisfecha

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010), muestra que, “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

Oferta

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010), manifiesta que, “La oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”.

Producto

(Córdoba Padilla, 2011), señala que, “Es la concretización de bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo”.

Precio

(Lara Davila , 2010), indica que, “Es el valor de un bien, servicio o derecho expresado en dinero”.

Canales de Comercialización

(Lara Davila , 2010), cita que, “Es el camino que toma un producto o servicio, para poder ser comercializado y llegar al usuario final”.

Estrategia

(Thompson, Peteraf Gamble, & Strickland, 2012), mencionan que, “Consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten d manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio”.

Estudio Técnico

(Córdoba Padilla, 2011), indica que “Busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”.

Localización del proyecto

(Córdoba Padilla, 2011), demuestra que, “Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo”.

Macrolocalización

(Jacome, 2005), afirma, que la Macrolocalización de un proyecto se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones la región, provincia y cantón.

Microlocalización

(Pimentel, 2008), indica que, “Constituye el proceso de selección de la parcela de terreno en la cual se ubicará la nueva unidad productora de bienes o servicios”.

Costo

(Cadavid Fonnegra, 2008), considera que, “Es el conjunto de los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un objetivo específico”.

Presupuesto

(Pimentel, 2008), dice que, “Es un plan financiero que se elabora para conocer la magnitud de los ingresos que percibirá el proyecto y los usos que se les dará a dichos ingresos; constituye un valioso instrumento de dirección y se le utiliza en la planificación y control de gestión”.

Estado de pérdidas y Ganancias Proyectado

(Rosillo, 2008), menciona que: “Determina el resultado de la operación del negocio en un periodo dado: un día, un mes, un semestre o un año; es decir, confronta ingresos y

gastos”.

Estados de flujo de fondos Proyectado

(Sarmiento , 2005), cita que, “Es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo”.

Evaluación Económico-Financiera

(Folke Kafka, 2004), indica que, “Corresponde a la evaluación que hace un inversionista desde su punto de vista y a precios de mercado, los cuales pueden estar distorsionados por aranceles, subsidios, controles de precio etc.”.

Valor actual neto

(Córdoba Padilla, 2011), señala que “mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.”

Tasa interna de retorno

(Córdoba Padilla, 2011), expresa que “refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. La tasa interna de retorno es la tasa de interés por cual el proyecto será rentable.

Beneficio/Costo

(Nassir Sepag, 2007), menciona que “compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor de los costos, incluida la inversión”.

Periodo de recuperación de la inversión

(Nassir Sepag, 2007), pronuncia que, “Es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado”.

2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.3.1 Hipótesis general

El estudio de factibilidad económico-financiero de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena ayudará a mejorar la ciudad de Guaranda.

2.3.2 Hipótesis específica

- Mediante la realización del diagnóstico se podrá saber cuál es la situación actual de la ciudad.
- Al determinar un planteamiento adecuado se podrá solucionar el problema.
- A través del delineamiento del direccionamiento estratégico ayudara a la futura empresa establecer sus políticas y estrategias para lograr la adecuada operación de la misma.

2.4 VARIABLES

Tabla 3: Variables

Variable independiente	Estudio de factibilidad económico-financiera
Variable dependiente	Mejora de alimentación en la población de la ciudad de Guaranda

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD

➤ Cualitativa

Se utilizó la modalidad de tipo cualitativa mediante el cual se desarrolló el proceso de las acciones para conocer la población y la muestra y la recopilación de datos correspondientes para la obtención de la información.

3.2 TIPOS

Los tipos de investigación que se utilizaron para el estudio de factibilidad económico-financiera son:

➤ Descriptiva

Porque se realizó un diagnóstico de lo que está pasando en la zona de estudio.

➤ De campo

La información se obtuvo de procesos y técnicas que se originan en la población de la ciudad de Guaranda.

➤ Bibliográfica

Estudio y análisis del proceso, las fuentes informativas están sustentados mediante; información de libros, internet y demás artículos relacionados con el tema planteado.

3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 Métodos

➤ Método Deductivo

A través de las encuestas que se realizaron se conoció los diferentes problemas que existen en la ciudad de Guaranda y por ende se va a proponer crear una empresa de galletas de avena que mejoren la alimentación de la población.

➤ **Método Inductivo**

Se optará por el método inductivo para el análisis de la información adquirida, pues nos permitió generar abstracciones partiendo del caso específico investigado hacia el caso general.

➤ **Método Analítico**

Se trabajó con el método analítico de medición; el mismo que sirvió para receptar la información de los sujetos de investigación y orientar las técnicas e instrumentos aplicables.

3.3.2 Técnicas

➤ **Encuestas**

Se realizaron encuestas en la población de la ciudad de Guaranda con la finalidad de conocer las falencias que existe en la misma y así proponer la creación de la empresa de galletas de avena, que ayudará para mejorar tanto la salud y alimentación de la población, para lo cual se utilizó una serie de preguntas abiertas y cerradas.

➤ **Observación**

A través de la observación directa en los diferentes supermercados y tiendas en general se obtuvo información sobre cómo se están alimentando las personas en la ciudad de Guaranda y así proponer comida más saludable como son las galletas de avena.

3.3.3 Instrumentos

➤ **Cuestionarios**

El cuestionario se utilizó como herramienta para la realización de las encuestas.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

El cantón Guaranda tiene 91877 habitantes, de ellos 23874 viven en la zona urbana y 68003 en la zona rural, según los datos del INEC 2010 (Instituto Ecuatoriano de

Estadísticas y Censos), para efectos de nuestro estudio se va a tomar a los habitantes que habitan en la zona urbana.

3.4.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra para la población finita de la ciudad de Guaranda, se considerara la confiabilidad del 95%, con la probabilidad de error del 5% y una desviación estándar del 0,25, esto da como resultado una muestra de 96 encuestas para la recolección de datos correspondientes para la validación de la investigación.

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N - 1) * (E)^2 + (\sigma^2 * Z^2)}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población = 23874

σ= Desviación estándar = 0,25

Z= Nivel de confianza 95% = 1,96

E= Error = 5%

Entonces:

$$n = \frac{23874 * (0,25)^2 * (1,96)^2}{(23874 - 1) * (0,05)^2 + (0,25)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{23874 * 0,0625 * 3,8416}{(23873)(0,0025) + (0,0625)(3,8416)}$$

$$n = \frac{5732,15}{59,68 + 0,2401}$$

$$n = \frac{5732,15}{59,92}$$

n = **96** unidades a investigar

3.5 Análisis e interpretación de resultados

- **Tabulación, presentación y análisis de resultados.** Los resultados de la investigación realizada se tabularon manualmente y se realiza la inferencia estadística utilizando las herramientas de Excel como se presenta a continuación.
- **Inferencia estadística.** Para la inferencia estadística se toma según el cuestionario aplicado cada pregunta reflejados en tablas, ilustraciones y análisis donde se muestra lo encontrado en la investigación de campo, esta se presenta de la siguiente forma.

Pregunta 1. ¿Consume usted galletas?

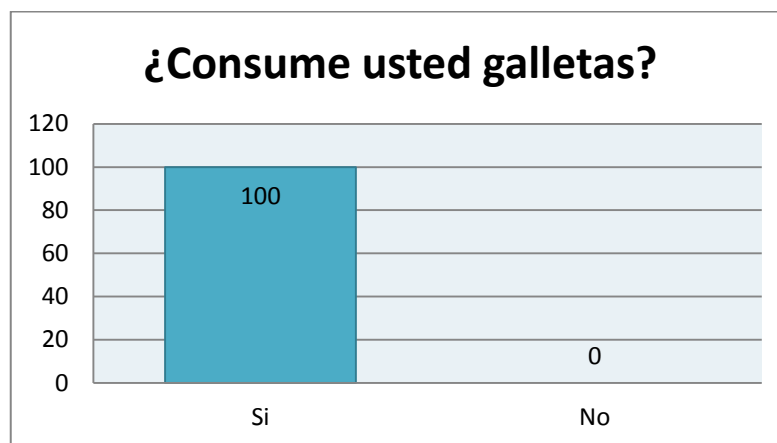
Tabla 4: Consumo de galletas

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
Si	96	100
No	0	0
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 1: Consumo de Galletas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

De la información recopilada se puede determinar que el 100% de las personas encuestadas consumen galletas.

Al observar y analizar estos datos, se puede señalar que existe mercado para las nuevas galletas, ya que en la ciudad de Guaranda las personas consumen galletas, lo cual es favorable para realización del proyecto.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume galletas?

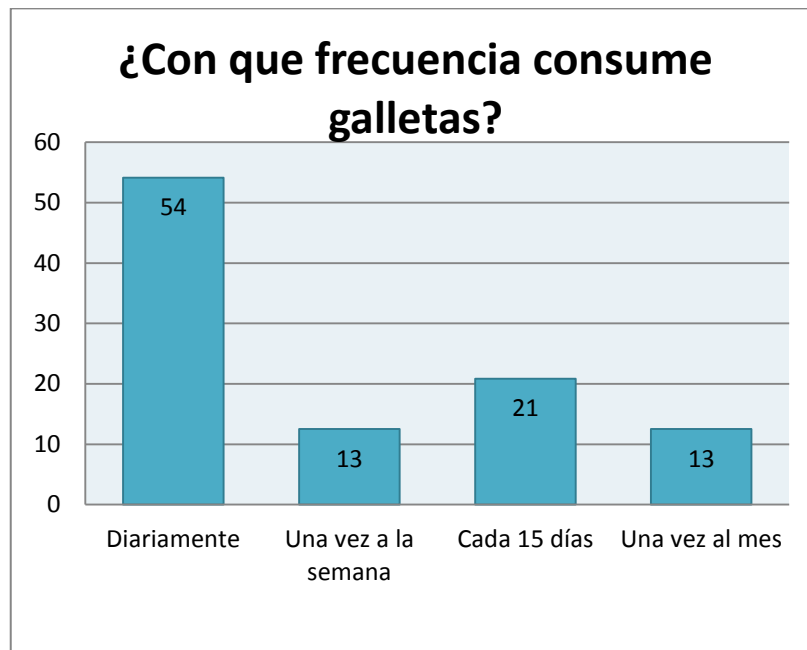
Tabla 5: Frecuencia de consumo de galletas

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
Diariamente	52	54
Una vez a la semana	12	13
Cada 15 días	20	21
Una vez al mes	12	13
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 2: Frecuencia de consumo de galletas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

De las personas encuestadas el 54% consume galletas diariamente, mientras que el 13% de las personas consumen una vez a la semana, seguido de un 21% de personas que consumen cada 15 días, y finalmente un 13% de personas consume una vez al mes.

De lo mencionado anteriormente podemos decir que más del 50% de personas consumen galletas diariamente, haciendo de este producto parte de su alimentación diaria, esto presenta una frecuencia aceptable para la realización de nuestro proyecto.

Pregunta 4. ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta a la hora de adquirir galletas?

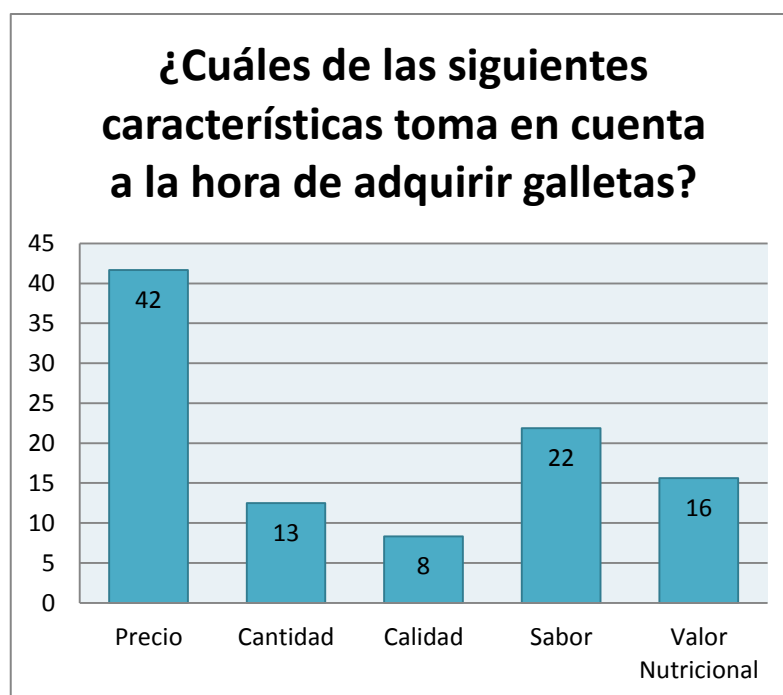
Tabla 6: Características que toma en cuenta a la hora de adquirir galletas

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
Precio	40	42
Cantidad	12	13
Calidad	8	8
Sabor	21	22
Valor Nutricional	15	16
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 3: Características que toma en cuenta a la hora de adquirir galletas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

Del resultado obtenido de las encuestas, el 42% de la personas toman en cuenta el precio a la hora de adquirir galletas, mientras que un 13% hacen referencia a la cantidad, un 8% a la calidad, el 22% de las personas consideran la el sabor al momento de adquirir galletas y finalmente un 16% toman en cuenta el valor nutricional del producto.

Claramente se puede observar que el aspecto más importante que las personas prefieren es el precio del producto, seguido del sabor y el valor nutricional que este posea. Esto se da debido al ingreso económico que estos poseen.

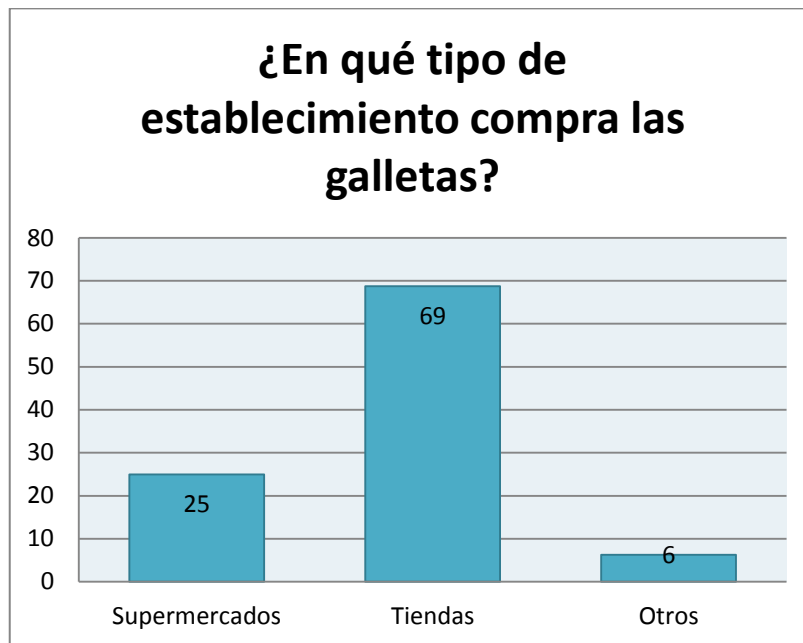
Pregunta 5. ¿En qué tipo de establecimiento compra las galletas?**Tabla 7: Establecimiento en que compra las galletas**

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
Supermercados	24	25
Tiendas	66	69
Otros	6	6
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 4: Establecimiento en que compra las galletas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

Como resultado de las encuestas aplicadas se obtuvo que un 25% de las personas optan por comprar galletas en supermercados, mientras que un 69% la adquieren en tiendas, este valor representa la mayor opción en cuanto a lugar de preferencia de compra y finalmente el 6% compran el producto en otros establecimientos.

Pregunta 6. ¿Le gustaría consumir una nueva galleta de alto contenido nutritivo a base de avena, que tiene un sabor similar al de las galletas que generalmente consume?

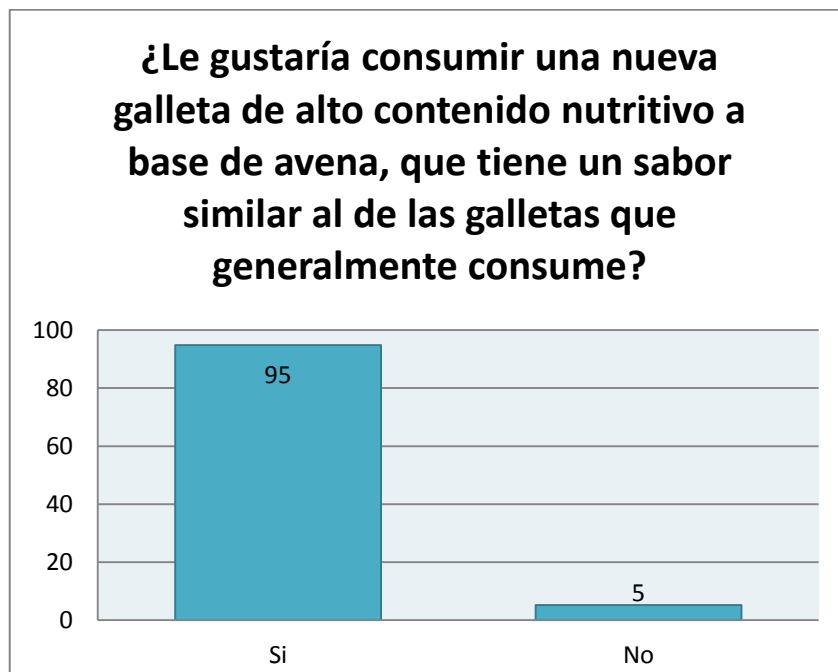
Tabla 8: Nivel de aceptación de la nueva galleta

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
Si	91	95
No	5	5
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 5: Nivel de aceptación de la nueva galleta



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas, se obtuvo que a la personas les gustaría consumir una nueva galleta a base de avena en un 95%, mientras que el 5% no adquirirían el producto porque no conocen los beneficios que ofrece la avena como alimento.

De lo anterior se concluye que la falta de conocimiento por parte de la población de las ventajas nutricionales que posee la avena en la alimentación humana, hacen que en un pequeño porcentaje las personas se rehúsen a consumir este producto.

Sin embargo el nivel de aceptación de la nueva galleta en el mercado guarandeño es muy alto, lo que significa que el producto tiene posibilidades reales de participar efectivamente en el mercado.

Pregunta 7. ¿Cómo prefiere el empaque de las galletas?

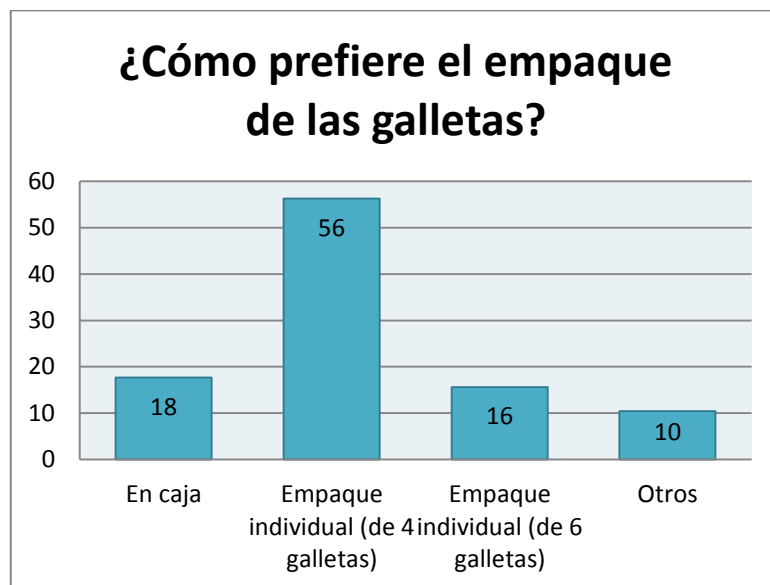
Tabla 9: Preferencia del empaque de las galletas

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)
En caja	17	18
Empaque individual (de 4 galletas)	54	56
Empaque individual (de 6 galletas)	15	16
Otros	10	10
Total	96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 6: Preferencia del empaque de las galletas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

Como resultado de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 18% de las personas prefieren el empaque de las galletas en caja, mientras que el 56% optan por el empaque individual (de 4 galletas), En cambio el 16% señalan el empaque individual (de 6 galletas), y finalmente un 10% de personas prefieren otros tipos de empaques.

En conclusión se puede determinar que las personas prefieren comprar este producto en un empaque individual (de 4 galletas), debido a que les resulta más barato y además es el que más existe en la ciudad de Guaranda ya que el resto de empaques son un poco escasos.

CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1 Objetivo General

Realizar un análisis de mercado que permita determinar si la empresa elaborará el producto adecuado, en el volumen suficiente y a un precio competitivo.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer el grado de aceptación de las galletas de avena.
- Determinar la demanda potencial del producto y establecer adecuadas estrategias para comercializar el producto.
- Realizar un análisis de los oferentes de galletas que se encuentran en el mercado.
- Establecer un precio adecuado para el producto.
- Fijar los canales de distribución idóneos para suministrar el producto hasta el consumidor final.

4.2 Estructura del mercado

“Mercado es el área en la que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Por un lado se encuentran los compradores con su poder adquisitivo para satisfacer sus necesidades y por otro la oferta de sus productos para que estos sean negociados”.

Dentro del mercado, existen algunas subclasificaciones que dependen del tipo de demandantes y oferentes del mismo, así:

4.2.1 Mercado de competencia perfecta

Se define como el mercado en el que existe un gran número de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio, por lo que no se puede influir en el precio debido a su gran tamaño.

En este tipo de mercado, el bien o servicio es homogéneo y existe perfecta movilidad de recursos.

4.2.2 Mercado de monopolio

Se define el monopolio como un solo vendedor, oferente o productor de un bien o servicio determinado, para el cual no es posible encontrar un bien sustituto inmediato.

Igualmente se puede considerar a un Monopolio como la forma de mercado en la cual existe una sola empresa que vende o comercializa una mercancía que a su vez ocupa un mercado previamente segmentado, y cuya demanda no puede ser satisfecha, sino solo por el mismo producto en sí.

4.2.3 Mercado de competencia monopolística

Este tipo de mercado se caracteriza porque dentro de él existen varios monopolios ofreciendo productos con ligeras diferencias tanto en precio como en la calidad. Esta clase de mercado ofrece grandes restricciones tanto de entrada como de salida.

4.2.4 Mercado oligopólico

Mercado en el que la mayor parte de las ventas las realizan pocas empresas, cada una de las cuáles es capaz de influir en el precio de mercado con sus propias actividades.

Al realizar la investigación se pudo determinar que no existen muchas empresas que ofrezcan galletas de avena por esta razón se puede decir que existe un mercado oligopólico ya que muchas personas quieren este producto, pero tienen que comprar en lugares específicos y al precio que este.

4.3 PRODUCTO

4.3.1 Galletas de avena

La fabricación de galletas es un sector muy importante en la industria alimentaria. La principal atracción de la galletería es la gran variedad de tipos que se puede fabricar y la oportunidad de incorporar nutrientes adicionales para agregar un valor nutritivo a estos

productos como son las galletas de avena ya que la avena posee abundantes proteínas, hidratos de carbono, grasas de buena calidad, vitaminas, minerales y oligoelementos, solo dos cucharadas de avena tienen un aporte de aproximado de 100 calorías y es una excelente fuente de fibra y bajo en grasa. Consumida con moderación dentro de un plan de alimentación de acuerdo al peso y gasto energético de cada persona. La forma más simple de incorporarla en las comidas es en forma de copos. 100 gramos de avena cubren el 40% de las necesidades diarias de vitamina B1. Esta vitamina es esencial para el funcionamiento del cerebro y el sistema nervioso.

Cuando se habla de las galletas de avena es común ver como los ojos de muchas personas se iluminan y se les hace agua la boca. Una creación única e importante en la historia de la comida son las galletas de avena, las cuales se han apreciado y disfrutado por niños y adultos en todo el mundo. Las galletas de avena datan de principios de los años 1900 y prevalecen hasta hoy.

Las deliciosas y crocantes galletas de avena tienen una gran variedad de formas, desde delgadas y crujientes, a húmedas y duras, incluso extra dulces o mezcladas con sal. Las galletas de avena se hacen con una variedad de ingredientes como pasas, arándanos, plátanos, cerezas, nueces y trocitos de chocolate blanco u oscuro, pero tal vez el más importante de los ingredientes es el salvado de avena.

Muchas personas que desean tener una dieta controlada y sana piensan que no pueden consumir este tipo de galletas, pero afortunadamente cuando las galletas se hacen a base de salvado de avena, este tipo de alimento logra tener cabida en el paladar de quienes cuidan su salud, su cuerpo y su digestión.

La receta de harina de avena de las galletas originales fue distribuida en masa en 1908, la cual fue impresa en las cajas de copos de avena por la empresa Quaker Oats Company. Anunciadas como “tortas de avena” la receta requiere 3 tazas de avena, junto con mantequilla, azúcar y la harina. La receta de la torta de avena fue reformulada y rebautizada como “galletas de avena”, con la masa un poco más fuerte y más pesada que la mezcla para la torta de avena. Si usted desea tener un delicioso aperitivo, o

simplemente quiere probar un alimento crocante y apetecible, con el cual además pueda cuidar su salud, no dude en comer galletas de avena.

4.3.2 Propiedades Terapéuticas

Son muchos los beneficios que la Avena brinda a nuestra salud. Entre su variadas propiedades terapéuticas podríamos destacar: es regeneradora de la piel (emoliente), gran tónico cardíaco, equilibra los niveles de glucemia, reconstituyente orgánico de la actividad vital (analéptico), suave laxante, reduce la ansiedad y el estrés (timoléptico), tónico cardíaco, anti-dispéptico (estimula la digestión), combate la debilidad (anti-asténico), antiespasmódica, relajante natural que induce al sueño (narcótica) y anti-diarreico.

La hoja de la planta disecada en el horno tiene efectos narcóticos, calmantes y anti-espasmódicos. Su aporte de fibra soluble extra ayuda a reducir el colesterol mientras que la insoluble tiene un efecto suavemente laxante ideal para niños pequeños y personas mayores. También reduce la tensión arterial gracias a su alto contenido de potasio.

Su aporte en fósforo y azufre fortalece las uñas, reduce la caída del cabello y regenera la piel. Con su uso interno la Avena actúa como diurético, saciar el apetito, combate la tos o bronquitis, favorece la fertilidad y mejora los trastornos menstruales y la menopausia. En su uso externo la Avena mejora considerablemente todo tipo de problemas en la piel como psoriasis, urticaria, dermatitis, acné o quemaduras solares. También se usa como cataplasma para calmar molestias reumáticas, ciática o dolores hepáticos.

También beneficia su consumo en casos de enfermedades degenerativas como esclerosis múltiple. Además la avena es relajante del sistema nervioso por lo que está indicada para casos de insomnio, estrés y ansiedad. (Mejor con salud, 2013)

Tabla 10: Propiedades Nutricionales de la avena

Nutriente	Avena
Agua(g)	6,55
Calorías(Kcal)	246
Grasa(g)	7,03
Proteína(g)	17,3
Hidrato de carbono (g)	62,22
Fibras(g)	15,4
Potasio(mg)	566
Fosforo(mg)	734
Hierro(mg)	5,41
Sodio(mg)	4
Magnesio(mg)	235
Calcio(mg)	58
Cobre(mg)	0,403
Cinc(mg)	3,11
Manganeso	5,66
Vitamina C(mg)	0
Vitamina A(Ul)	0
Vitamina B1(Tamina)(mg)	1,17
VitaminaB2(Riboflavina)(mg)	0,22
Vitamina B3(Niacina)(mg)	0,93
Vitamina B6(Piridoxina)(mg)	0,166
Vitamina E(mg)	1,71
Ácido Fólico(mcg)	52

Fuente: Botanical-online

Elaborado por: Cristian Chata

4.3.3 Trigo

El trigo es uno de los tres cereales que más se producen en el mundo junto al maíz y el arroz. Además se cultiva desde la antigüedad, pues se calcula que sus orígenes residen en la antigua Mesopotamia. Las evidencias arqueológicas que se han hallado han sido en Siria, Jordania, Turquía e Iraq.

Gracias a la iniciativa del ser humano, el trigo se empezó a explotar como alimento, asegurando su perpetuidad, ya que no tiene demasiado futuro en estado salvaje. Su grano es usado para hacer harina, harina integral, sémola, cerveza y una gran variedad de productos alimenticios. Normalmente es molido como harina para su uso. Así pues, un gran porcentaje se dirige a la confección de alimentos para el consumo del

ser humano como pan, galletas, tortas y pastas. Por otro lado también se destina para alimentación animal y el resto va a la industria.

4.3.4 Propiedades terapéuticas

El trigo como planta medicinal se utiliza para tratar los estados de desmineralización, anemia, astenia, deficiencia de crecimiento, raquitismo, tuberculosis, además de recomendarse para el tratamiento de la esterilidad, durante el embarazo y mientras perdure el periodo de lactancia materna.

Una de las propiedades saludables del trigo destaca como coadyuvante en el tratamiento enfermedades graves que conllevan a la desmineralización, recomendándose una dosis diaria de 3-6 cucharadas para adultos y de 1 a 3 para los niños, administrándose antes de las comidas, así como para los bebés las semillas de trigo en polvo son administradas incorporándolas a su botella de leche o mezclándolas con otros cereales, miel, jugos de frutas o alimentos.

El trigo posee la capacidad de luchar contra el colesterol, ya que contiene ácidos grasos esenciales que impiden la acumulación del mismo en las paredes de los vasos sanguíneos, al incrementar el colesterol bueno o HDL y por consiguiente reducir el colesterol malo o LDL.

Tabla 11: Propiedades nutricionales del trigo

Nutriente	Trigo
Energía(Kcal)	338
Proteína(g)	10
Grasa(g)	1,3
Hidratos de carbono(g)	71,5
Fibra dietética(g)	3,5
Calcio(mg)	16
Hierro(mg)	1,2
Potasio(mg)	135
Sodio(mg)	3
Fosforo(mg)	120
Magnesio(mg)	20
Vitamina B1(mg)	0,10
Vitamina B2(mg)	0,05
Niacina(mg)	0,6
Vitamina E(mg)	0,3

Fuente: Eroski Consumer

Elaborado por: Cristian Chata

4.4 DEMANDA

Como se puede observar existe buena demanda de este producto ya que de acuerdo al estudio realizado las personas están consumiendo cada vez más este producto ya sea por curiosidad o por cuidar su salud ya que últimamente los médicos están recetando que consuman dicho producto.

Tabla 12: Proyección de la demanda

C	Y	X (N)	X (X-Y)	XY	X ²
2003	226.596.466	1	-5	-1.132.982.329,77	25
2004	233.734.255	2	-4	-934.937.018,53	16
2005	241.096.884	3	-3	-723.290.650,96	9
2006	248.691.435	4	-2	-497.382.870,97	4
2007	256.525.216	5	-1	-256.525.215,71	1
2008	264.605.760	6	0	0,00	0
2009	275.586.899	7	1	275.586.899,04	1
2010	287.023.755	8	2	574.047.510,70	4
2011	298.935.241	9	3	896.805.723,59	9
2012	311.341.054	10	4	1.245.364.214,83	16
2013	324.261.707	11	5	1.621.308.537,18	25
	2.968.398.672			1.067.994.799,41	110

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

$$a = \frac{Y}{N} = \frac{2.968.398.672,16}{11} = 269.854.424,74$$

$$b = \frac{XY}{X^2} = \frac{1.067.994.799,41}{110} = 9.709.043,63$$

Proyección demanda futura

$$Y = A + BX$$

Tabla 13: Proyección demanda futura

	A	B	X	Y
2014	269.854.424,74	9.709.043,63	6	328.108.686,53
2015	269.854.424,74	9.709.043,63	7	337.817.730,16
2016	269.854.424,74	9.709.043,63	8	347.526.773,79
2017	269.854.424,74	9.709.043,63	9	357.235.817,42
2018	269.854.424,74	9.709.043,63	10	366.944.861,05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

4.5 OFERTA

La oferta puede clasificarse dentro de los siguientes enunciados:

- ✓ **Oferta Competitiva o Mercado Libre:** es la que los productores se encuentra en circunstancias de libre competencia sobre todo debido a la gran cantidad de productores del mismo producto. Por tanto, la participación del mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor.
- ✓ **Oferta Oligopólica:** se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por unos cuantos productores y por consiguiente se llegaría a determinar la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada gran cantidad de materia prima para su industria.
- ✓ **Oferta Monopólica:** es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Para el mercado de galletas de avena, se puede concluir que el producto tiene un tipo de oferta oligopolica, ya que existen pocos productores dedicados a esta actividad.

Tabla 14: Proyección de la oferta

c	Y	X (N)	X (X-Y)	XY	X2
2003	58.880.504	1	-5	-294.402.517,94	25
2004	60.735.239	2	-4	-242.940.957,81	16
2005	62.648.399	3	-3	-187.945.198,48	9
2006	64.621.824	4	-2	-129.243.648,16	4
2007	66.657.412	5	-1	-66.657.411,54	1
2008	68.757.120	6	0	0,00	0
2009	71.610.540	7	1	71.610.540,48	1
2010	74.582.378	8	2	149.164.755,82	4
2011	77.677.547	9	3	233.032.639,78	9
2012	80.901.165	10	4	323.604.659,11	16
2013	84.258.563	11	5	421.292.815,58	25
	771.330.691			277.515.676,84	110

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

$$a = \frac{Y}{N} = \frac{771.330.691,02}{11} = 70.120.971,91$$

$$b = \frac{XY}{X2} = \frac{277.515.676,84}{110} = 2.522.869,79$$

Proyección de la oferta futura

$$Y = A + BX$$

Tabla 15: Proyección de la oferta futura

	A	B	(X)	Y
2014	70.120.971,91	2.522.869,79	6	85.258.190,65
2015	70.120.971,91	2.522.869,79	7	87.781.060,44
2016	70.120.971,91	2.522.869,79	8	90.303.930,23
2017	70.120.971,91	2.522.869,79	9	92.826.800,02
2018	70.120.971,91	2.522.869,79	10	95.349.669,81

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 16: Proyección de la Oferta Histórica y Potencial

	OFERTA HISTORICA (CONSUMIDORES)	OFERTA POTENCIAL (CONSUMIDORES)
2009	71.610.540	
2010	74.582.378	
2011	77.677.547	
2012	80.901.165	
2013	84.258.563	
2014		85.258.191
2015		87.781.060
2016		90.303.930
2017		92.826.800
2018		95.349.670

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

4.6 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre la oferta y la demanda, a través de un análisis comparativo entre las dos variables. La demanda insatisfecha puede verse desde dos puntos de vista:

- ✓ **Demanda insatisfecha de alcance actual:** Es la que se obtiene preliminarmente con los datos obtenidos en el análisis realizado.
- ✓ **Demanda de tendencia futura:** El la estimación de la oferta y la demanda, que se calcula para los años en los cuales el estudio se ejecutará.

Para la proyección de la demanda insatisfecha, se tiene la presente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

Tabla 17: Proyección Demanda Insatisfecha

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	328.108.687	85.258.191	242.850.496
2015	337.817.730	87.781.060	250.036.670
2016	347.526.774	90.303.930	257.222.844
2017	357.235.817	92.826.800	264.409.017
2018	366.944.861	95.349.670	271.595.191

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

El presente cuadro demuestra la existencia de demanda insatisfecha en el producto que se quiere producir y comercializar, puesto que las galletas de avena por su factibilidad y por tener mayor fuente nutricional que los demás productos de su clase, van ganando el mercado nacional con más fuerza cada año.

4.6. ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN (ESTRATEGIAS DE MERCADO).

La comercialización puede describirse como un proceso con el cual el producto llega del productor al consumidor en el tiempo, el lugar y en la forma como este desee. Su principal función es encontrar los canales de distribución más idóneos para realizar las ventas del producto en este caso de las galletas de avena.

Para cumplir con los objetivos deseados se debe analizar ciertos parámetros relacionados con la comercialización como son:

- Precios
- Promoción
- Producto
- Plaza

4.6.1 Estrategia de precios.

La estrategia de precios es muy importante ya que es uno de los aspectos que influyen en la decisión de compra del consumidor final y por lo tanto determina los ingresos futuros del negocio.

Para el estudio se utilizará una estrategia de precio para la penetración en el mercado, la misma que hará énfasis en el volumen de ventas. Los precios de la unidad serán bajos. Esto facilitará la rápida aceptación y expansión del producto.

Una vez que se haya logrado penetrar en el mercado, se aplicara la siguiente estrategia de precios:

- Acoger una estructura de precios competitivos frente a la competencia. También; se establecerá una política de variación de precios esto se dará de acuerdo a los cambios que se produzcan en el mercado y el comportamiento de la oferta y demanda, generando una flexibilidad en la comercialización del producto.

4.6.2 Promoción

“Promocionar es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como son: publicidad, la promoción de ventas, las marcas e indirectamente las etiquetas y el empaque.” (Alcazar, 2003)

Tabla 18: Medios publicitarios

MEDIO	NOMBRE	COBERTURA
Radio	Bolívar	Provincial
	Guaranda	Provincial
	Turbo	Provincial
Periódico	Tribuna	Local
Televisión	Canal 5tv	Provincial
Otros	Hojas volantes	local

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

- **Spots publicitarios**

El siguiente enunciado es un bosquejo de publicidad para radio, televisión y volantes.

“Las galletas de avena son nutritivas, saludables y deliciosos, bajos en colesterol y ricos en vitaminas. Nuestra galleta está higiénicamente procesada con la más alta calidad y en un empaque higiénico, es muy conveniente a su bolsillo y el producto satisface a su gusto y su salud. ¡Búsquelo pronto en su tienda o supermercado y pruébelo!”

La promoción que realizará la microempresa para poder incrementar sus ventas será:

1. Encuentra afiches premiados y reclama otro paquete de galletas
2. Reúne cinco fundas de galletas y reclama tu “toma todo”.

La publicidad para dar a conocer el producto en la ciudad de Guaranda, se lo hará a través de: afiches, rótulos, hojas volantes.

Se contará con medios de comunicación como la televisión y radio existentes en la localidad.

4.6.3 Estrategias de producto.

Una vez que se haya identificado y definido el mercado, es necesario especificar la estrategia que se seguirá en dicho mercado.

Se trata principalmente de definir, con la máxima precisión posible, la característica de posicionamiento que tendrá el producto en el mercado y los objetivos que se pretenden alcanzar.

Las decisiones en cuanto a comprar galletas de avena, están muy influenciadas, en este caso, por la calidad del producto que cumpla con las normas de calidad exigidas por el mercado, además, por el envase que presente las condiciones adecuadas para mantener su calidad, sabor y permanencia.

La estrategia de producto a utilizarse será:

- Vender el producto en su empaque respectivo, con la respectiva etiqueta en donde se señalen los componentes y las características respectivas que posee esta galleta, logrando con esto mantener las normas de calidad e higiene.

4.6.4 Estrategias de plaza.

Este aspecto se refiere a las acciones necesarias para poner a disposición del mercado meta.

“La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, 2008)

Las estrategias de plaza a aplicarse en el estudio serán las siguientes:

- Para llegar al mercado meta propuesto, se establecerá como estrategia la de comercializar el producto a través de una distribución directa es decir de productor a consumidor final pero también a través de distribuidores minoristas que nos permita aprender de su experiencia y optimizar nuestra cadena de distribución.

4.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el precio tomamos como referencia la pregunta que se realizó en la encuesta en donde la gente respondió que prefería comprar el paquete de 4 galletas a un promedio de \$0,40, pero para establecer un precio exacto lo vamos a realizar técnicamente en el estudio técnico.

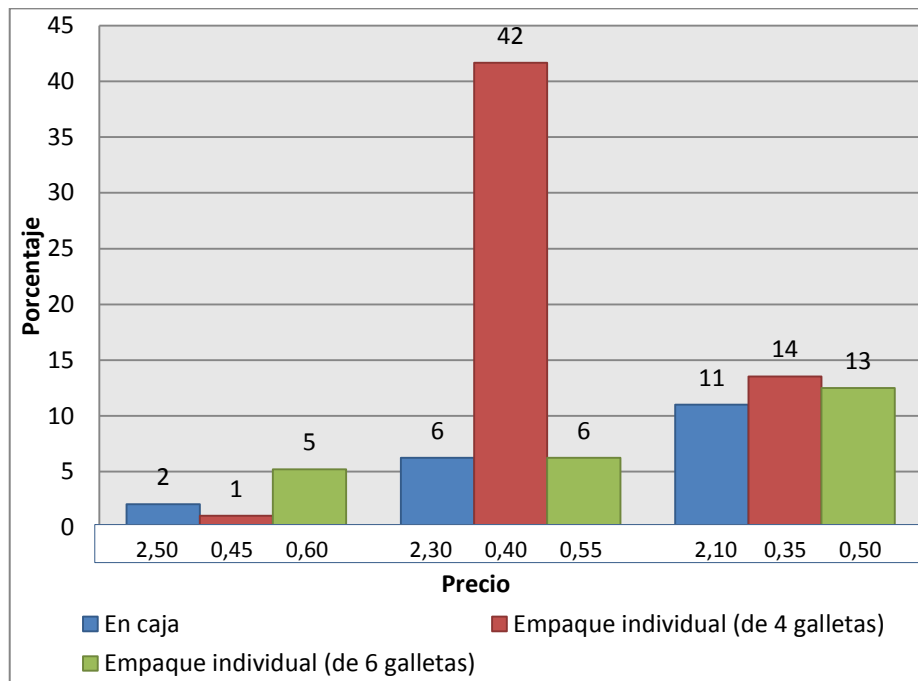
Tabla 19: Pago por paquete de galletas actualmente

Alternativa	Precio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)	Precio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)	Precio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Alternativa (%)	Total Frecuencia Absoluta	Total Frecuencia Alternativa
En caja	2,50	2	2	2,30	6	6	2,10	11	11	19	20
Empaque individual (de 4 galletas)	0,45	1	1	0,40	40	42	0,35	13	14	54	56
Empaque individual (de 6 galletas)	0,60	5	5	0,55	6	6	0,50	12	13	23	24
Total										96	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Gráfico 7: Pago por paquete de galletas actualmente



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Análisis:

De las encuestas realizadas se puede observar que el 2% de las personas pagan por una caja de galletas \$2,50, mientras que el 6% de las personas pagan \$2,30 y un 11% de personas pagan \$2,10. En cambio un 1% de las personas pagan por un empaque individual (de 4 galletas) \$0,45, por otra parte el 42% de personas pagan \$0,40, y un 14% de personas pagan \$0,35. Además un 5% de las personas pagan por un empaque individual (de 6 galletas) \$0,60, por otro lado el 6% de las personas pagan \$0,55, y finalmente el 12% de las personas pagan \$0,50.

En conclusión, la mayor parte de personas encuestadas prefieren comprar este producto en empaque individual de 4 galletas a un promedio de \$0,40. Este precio está acorde con la economía del público y lo pagan sin ninguna objeción.

4.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La clasificación de los diferentes canales de distribución que se emplean usualmente, parte de la premisa de que los productos de consumo (aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal) y los productos industriales (aquellos que se

compran para un procesamiento posterior o para usarse en un negocio) necesitan canales de distribución muy diferentes; por tanto, éstos se dividen en primera instancia, en dos tipos de canales de distribución:

- Canales para productos de consumo y
- Canales para productos industriales o de negocio a negocio.

Luego, ambos se dividen en otros tipos de canales que se diferencian según el número de niveles de canal que intervienen en él.

4.8.1 Canales de Distribución Para Productos de Consumo

Este tipo de canal, se divide a su vez, en cuatro tipos de canales:

✓ **Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores):**

Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario

Las actividades de venta directa (que incluyen ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, al igual que las formas de ventas electrónicas al detalle, como las compras en línea y las redes de televisión para la compra desde el hogar) son un buen ejemplo de este tipo de estructura de canal (Lamb, Hair , & McDaniel Carl, 2002)

✓ **Canal Detallista o Canal 2 (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores):** Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros).

En éstos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos

- ✓ **Canal Mayorista o Canal 3 (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores):** Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y 2) los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final).

Este canal se utiliza para distribuir productos como medicinas, ferretería y alimentos de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas. (Fischer & Espejo , 2004)

- ✓ **Canal Agente/Intermediario o Canal 4 (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores):** Este canal contiene tres niveles de intermediarios: 1) El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), 2) los mayoristas y 3) los detallistas.

Este canal suele utilizarse en mercados con muchos pequeños fabricantes y muchos comerciantes detallistas que carecen de recursos para encontrarse unos a otros (Lamb, Hair , & McDaniel Carl, 2002).

Por ejemplo, un agente de alimentos representa a compradores y a vendedores de comestibles. El intermediario actúa a nombre de muchos productores y negocia la venta que éstos fabrican con los mayoristas que se especializan en productos alimenticios. A su vez, éstos mayoristas venden a los comerciantes y tiendas donde se venden alimentos.

En este tipo de canal casi todas las funciones de marketing pueden pasarse a los intermediarios, reduciéndose así a un mínimo los requerimientos de capital del fabricante para propósitos de marketing (Fischer & Espejo , 2004).

4.8.2 Canales Para Productos Industriales o de Negocio a Negocio

Este tipo de canal tiene usualmente los siguientes canales de distribución:

- ✓ **Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante al Usuario Industrial):**
Este tipo de canal es el más usual para los productos de uso industrial, ya que es el más corto y el más directo. En este canal, los productores o fabricantes utilizan su propia fuerza de ventas para ofrecer y vender sus productos a los clientes industriales. (Fischer & Espejo , 2004).
- ✓ **Distribuidor Industrial o Canal 2 (del Productor o Fabricante a Distribuidores Industriales y de éste al Usuario Industrial):** Con un nivel de intermediarios (los distribuidores industriales), este tipo de canal es utilizado con frecuencia por productores o fabricantes que venden artículos estandarizados o de poco o mediano valor. También, es empleado por pequeños fabricantes que no tienen la capacidad de contratar su propio personal de ventas (Lamb, Hair , & McDaniel Carl, 2002).

Los distribuidores industriales realizan las mismas funciones de los mayoristas. Compran y obtienen el derecho a los productos y en algunas ocasiones realizan las funciones de fuerzas de ventas de los fabricantes.

- ✓ **Canal Agente/Intermediario o Canal 3 (Del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios y de éstos a los Usuarios Industriales):** En este tipo de canal de un nivel de intermediario, los agentes intermediarios facilitan las ventas a los productores o fabricantes encontrando clientes industriales y ayudando a establecer tratos comerciales.

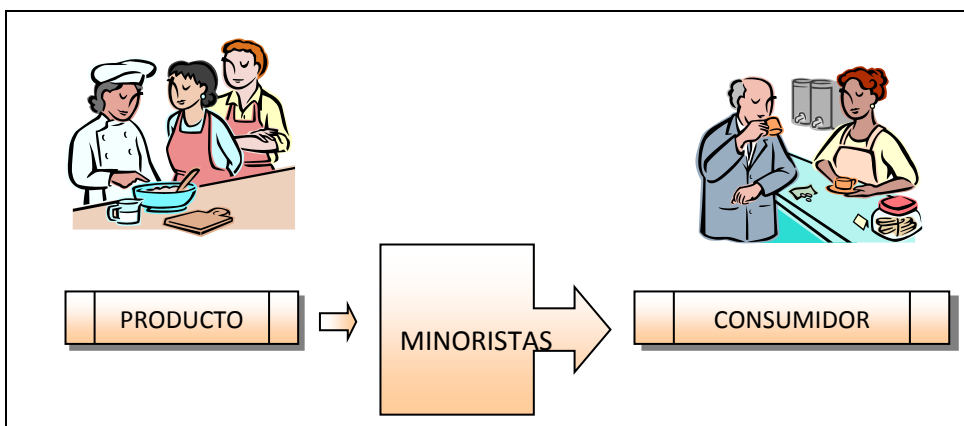
Este canal se utiliza por ejemplo, en el caso de productos agrícolas.

- ✓ **Canal Agente/Intermediario - Distribuidor Industrial o Canal 4 (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Distribuidores Industriales y de éstos a los Usuarios Industriales):** En este canal de tres niveles de intermediarios la función del agente es facilitar la venta de los productos, y la función del distribuidor industrial es almacenar los

productos hasta que son requeridos por los usuarios industriales (Fischer & Espejo , 2004).

El análisis de los canales de distribución posibles se los realizará de manera que se tenga el mejor medio para comercializar nuestro producto ya que estos canales son variados y cada uno de ellos representan diferentes alternativas; se ha determinado realizar una comercialización en forma directa de productor a consumidor final, pero también se pretende realizar una comercialización detallista, es decir del productor a minoristas que son las tiendas de barrio, cafeterías, pequeños negocios, centros comerciales, además se dispondrá de una bodega para su distribución.

Ilustración 2: Canales de Distribución



Fuente: Galeon.com

Elaborado por: Cristian Chata

CAPITULO V: ESTUDIO TECNICO

5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

5.1.1 Objetivo General

Elaborar un estudio que defina los requerimientos técnicos que intervienen en la elaboración de las galletas, así como también los aspectos administrativos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa.

5.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño óptimo y la localización óptima de la microempresa.
- Definir el equipo y maquinaria necesaria para el proceso productivo de la galleta.
- Establecer la organización de personal y jurídica que se requiere para la correcta operación de la empresa.

5.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

A través del estudio de mercado se determinó que existe una considerable demanda insatisfecha en la producción de galletas en la ciudad de Guaranda; por lo que contamos con un mercado grande a ser atendido.

El número con el que se pretende iniciar la producción es de 6480 galletas diarias.

El mercado demandante que existe en la ciudad de Guaranda para el servicio de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena, no constituye un limitante para establecer el tamaño del establecimiento pues este es lo suficientemente grande y atractivo.

5.2.1 Disponibilidad de recursos financieros

El tamaño del proyecto es microempresarial, existiendo para ello entidades financieras como, el Banco Nacional de Fomento (BNF), Banco del Pichincha y Cooperativa San

José, entre los más importantes, que otorgan préstamos a microempresarios para la implementación de su proyecto.

5.2.2 Disponibilidad de mano de obra

La microempresa productora y comercializadora de galletas de avena no sobrepasa los 10 trabajadores, así para la mano de obra se calcula un total de 6 personas debido a que no existen procesos altamente complejos en la elaboración del producto, sin embargo las personas involucradas en el proceso de producción necesitan especialización y capacitación para asegura el sabor y la calidad del producto tradicional.

5.2.3 Disponibilidad de Insumos, Materia Prima y Materiales

La disponibilidad de insumos, materias primas y materiales es el abastecimiento suficiente en cantidad y calidad de materias primas en un aspecto vital en el desarrollo del proyecto.

La microempresa productora y comercializadora de galletas de avena en la ciudad de Guaranda cuenta con la diversificación de proveedores de calidad, la cual es una oportunidad para el proyecto, puesto que las materias primas, materiales e insumos para la fabricación de galletas existen en el Ecuador por lo que no se necesita de importaciones.

5.2.4 Disponibilidad de tecnología

Para la producción y comercialización de galletas de avena; la tecnología necesaria a emplearse se consigue en empresas de nuestro país como son:

Tabla 20: Empresas proveedoras de Maquinaria

Empresa	Provincia
HORNOS ANDINO	Ecuador - Chimborazo, Riobamba
ECUAHORNOS	Ecuador - Pichincha, Quito
MAQUIPAN S.A	Ecuador - Guayas, Guayaquil
EPC MAQUINAS Y HORNOS	Ecuador - Pichincha, Quito

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Como podemos observar la maquinaria y equipos que se utilizara para el proyecto es fácil y accesible en el mercado ecuatoriano; pues existen varios proveedores que facilitaran las diversas características de la maquinaria que se pretende utilizar. Con ello se fabricará un producto de calidad satisfaciendo así las necesidades de nuestros clientes.

A continuación se describen las características de cada uno de los equipos que se van a utilizar en el proceso productivo.

Ilustración 3: Horno de convección automático a gas 12 bandejas



Fuente: Hornos Andino
Elaborado por: Cristian Chata

Materiales:

- 100% acero AISI 430

Dimensiones:

- Altura total 200 x fondo 98 x frente 88 ccm
- Incluye 12 bandejas de aluminio 45 cm x 64 cm
- Peso aproximado 350 kgs

Combustible:

- GLP gas industrial
- 110 voltios

Características:

- Multiuso para panadería, panadería, galletas, pastelería y empresas de catering.
- Campana extractora de olores.

- Panel de control digital con sensores de tiempo, encendido y alarmas.
- Encendido automático.
- Montado sobre ruedas para una mayor movilidad.
- Vidrio panorámico templado.

Ilustración 4: Batidora



Fuente: Hornos Andino

Elaborado por: Cristian Chata

Materiales:

- 100% acero AISI 430

Dimensiones:

- Altura 80 cm
- Peso aproximado 120 libras

Características:

- Voltaje 110v
- 3 velocidades
- Incluye globo, escudo y gancho

Ilustración 5: Amasadora



Fuente: Hornos Andino

Elaborado por: Cristian Chata

Materiales:

- 100% acero inoxidable
- Batea, piezas internas incluido pernos y astas
- Motor 3hp 185 revoluciones por minuto
- Voltaje 2220v

Características:

- 30 libras masa terminada
- Olla gira para un sentido
- Gancho amasa para el sentido contrario olla contrario
- Varilla central que ayuda a laminar la masa
- Malla protectora de seguridad

Ilustración 6: Empacadora de galletas



Fuente: Hornos Andino
Elaborado por: Cristian Chata

Materiales:

- 100% acero AISI 430

Características

- Maquina Empacadora Flowpack Empaque Tipo Galleta
- Ideal para empaque de tres sellos de galletas, productos panificados tales como kekes, biscochos , empaque de helados paletas , golosinas chocolates
- También para el empaque de artículos diversos cosméticos artículos eléctricos interruptores.

5.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para una correcta selección del lugar en donde estará ubicada la empresa es necesario tener en cuenta dos aspectos importantes como son: la macrolocalización y la microlocalización.

5.3.1 Macrolocalización

Se ha definido la macrolocalización de la microempresa productora y comercializadora de galletas de avena en la ciudad de Guaranda Provincia de Bolívar por las siguientes razones:

- En la ciudad existe los proveedores necesarios de productos que se necesita para la elaboración de galletas de avena incluso para mayor facilidad ellos hacen entregas a domicilio de dichos productos. Se constituye una gran ventaja ya que nos da la posibilidad de seleccionar el proveedor que más nos convenga en funciones de factores como los costos, calidad y variedad de productos.
- La ciudad cuenta con varias instituciones de financiamiento como son bancos, cooperativas, etc., las mismas que nos ayudarán a elegir el financiamiento más adecuado para la realización del proyecto.
- También cuenta con los servicios básicos necesarios para el establecimiento de la microempresa productora y comercializadora de galletas de avena como agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc., los cuales existen en toda la ciudad facilitando así el desarrollo del proyecto.
- La cuida de Guaranda es un sitio estratégico para la implementación de esta microempresa pues es una vía que tiene acceso hacia el norte y sur del país.

Ilustración 7: Mapa de Macrolocalización



Fuente: Investigacion de campo
Elaborado por: Cristian Chata

5.3.2 Microlocalizacion

La microlocalizacion de la microempresa productora y comercializadora de galletas de avena debe ser la correcta, de esta manera tendremos una ventaja ante nuestra competencia y se podra tener mayor rentabilidad, eficiencia y una reducción de costos.

La parroquia Santa Fe es el lugar mas apropiado para la realización de este proyecto por las siguientes razones:

5.3.2.1 Infraestructura

Se cuenta con la infraestructura propia y suficiente para la puesta en funcionamiento del proyecto el cual reduce los costos del proyecto ya que no se va a tener la necesidad de hacer gastos en arriendo de local.

5.3.2.2 Transporte y comunicación

Existe el transporte necesario y la disposición de vías de comunicación de acceso al sector, con características favorables para la circulación de todo tipo de transporte vehicular.

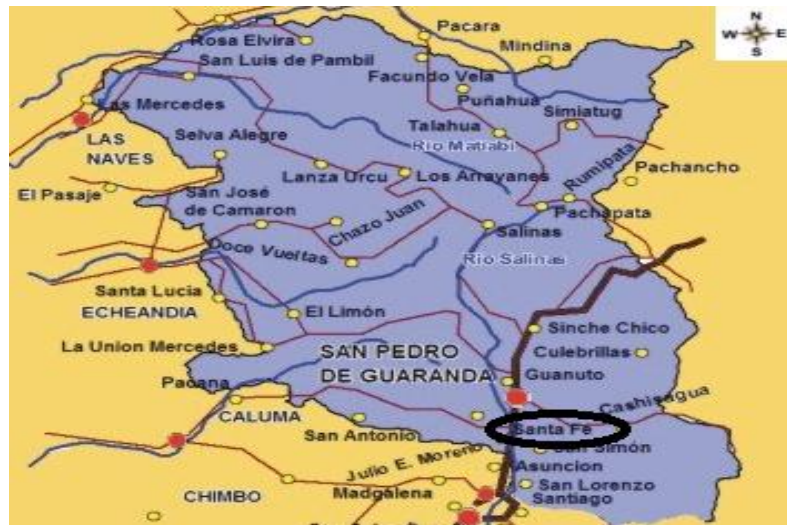
5.3.2.3 Fuentes de abastecimiento

El sector cuenta con todas las fuentes de abastecimiento para la microempresa, un factor muy importante con el que se cuenta es que nuestros proveedores tienen vehículos propios los cuales entregan directamente en el local los diversos productos que se van a utilizar para elaboración del producto.

5.3.2.4 Disponibilidad de servicios básicos

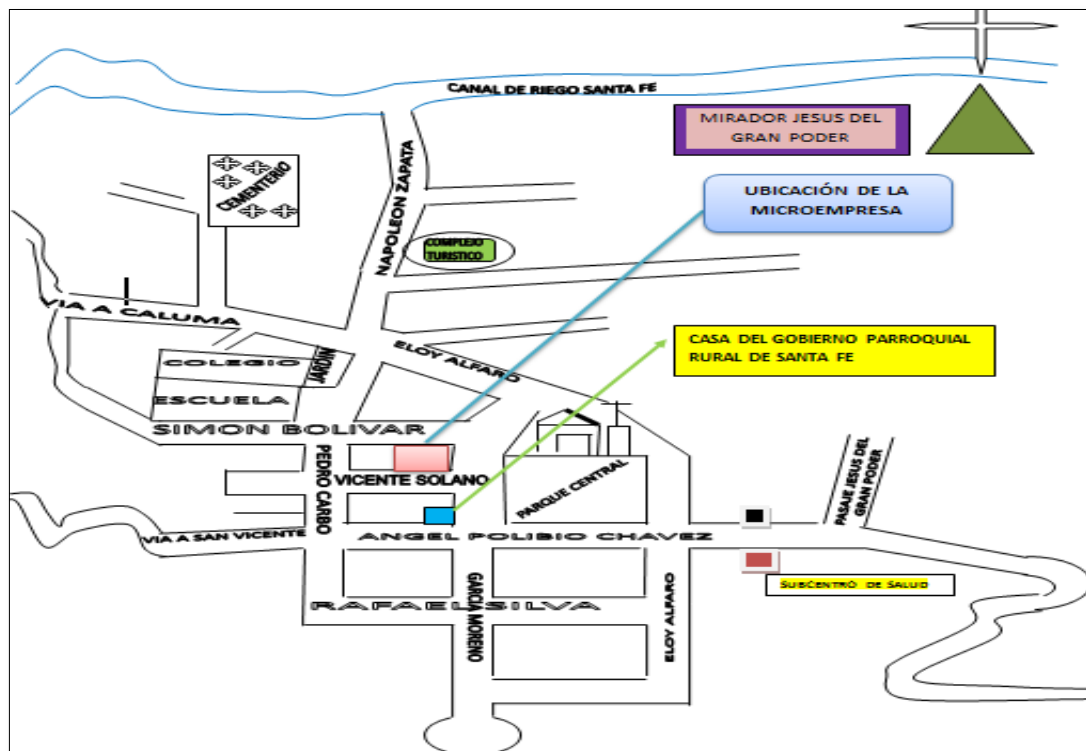
Se cuenta con todos los servicios básicos, es decir agua potable, redes de electricidad, de alcantarillado y servicio telefonico, las vías de comunicación terrestre se encuentran en buen estado, alumbrado publico y servicios de recolección de basura no tiene ningun problema, las tarifas de consumo eléctrico y de agua potable sem mantienen durante largos periodos, por lo que podemos hablar que existe tarifas estables.

Ilustración 8: Mapa de Microlocalización



Fuente: Junta Parroquial Santa Fe
Elaborado por: Cristian Chata

Ilustración 9: Croquis de la ubicación de la Microempresa



Fuente: Junta Parroquial Santa Fe
Elaborado por: Cristian Chata

5.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se refiere a como se va a elaborar el producto, es decir la descripción del proceso de elaboración del producto.

5.4.1 Proceso de producción

El producto a elaborar estará compuestas por ingredientes mezclados entre sí (avena, harina, huevos, azúcar, mantequilla, canela, esencia de vainilla, polvo de hornear, etc.).

Las galletas presentaran características naturales adecuadas según parámetros técnicos pre-establecidos. Es elaborado con materias primas de calidad y 100% natural, con un alto grado de proteínas y nutrientes.

5.4.1.1 Características físicas del producto

Envase: Funda de plástico que cubra el producto en su totalidad, en donde se indicará el nombre, teléfono, dirección y logotipo de la empresa, el sabor de las galletas, el registro sanitario y los ingredientes.

Empaque: Con el propósito de facilitar la movilización del producto del lugar de fábrica hacia los lugares de expendio, se utilizará cartones adecuados, los mismos que contendrán 20 paquetes de galletas de seis unidades cada uno.

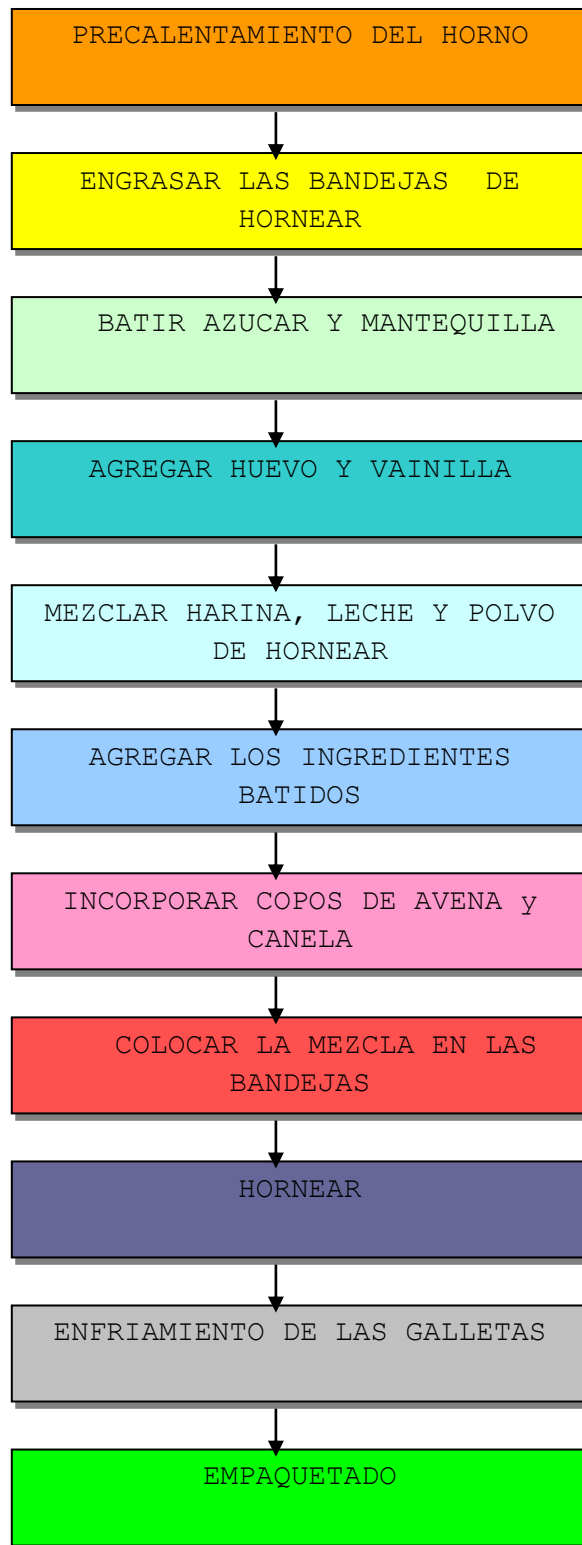
Galletas: Se procederá a realizar paquetes de 6 galletas para iniciar según siga aumentando la producción se realizara galletas en otras presentaciones.

Peso: 12 gr. Por galleta

Diámetro: de 5 cm., con 1 cm. de grosor

Forma: redonda

5.4.1.2 Elaboración de galletas de avena

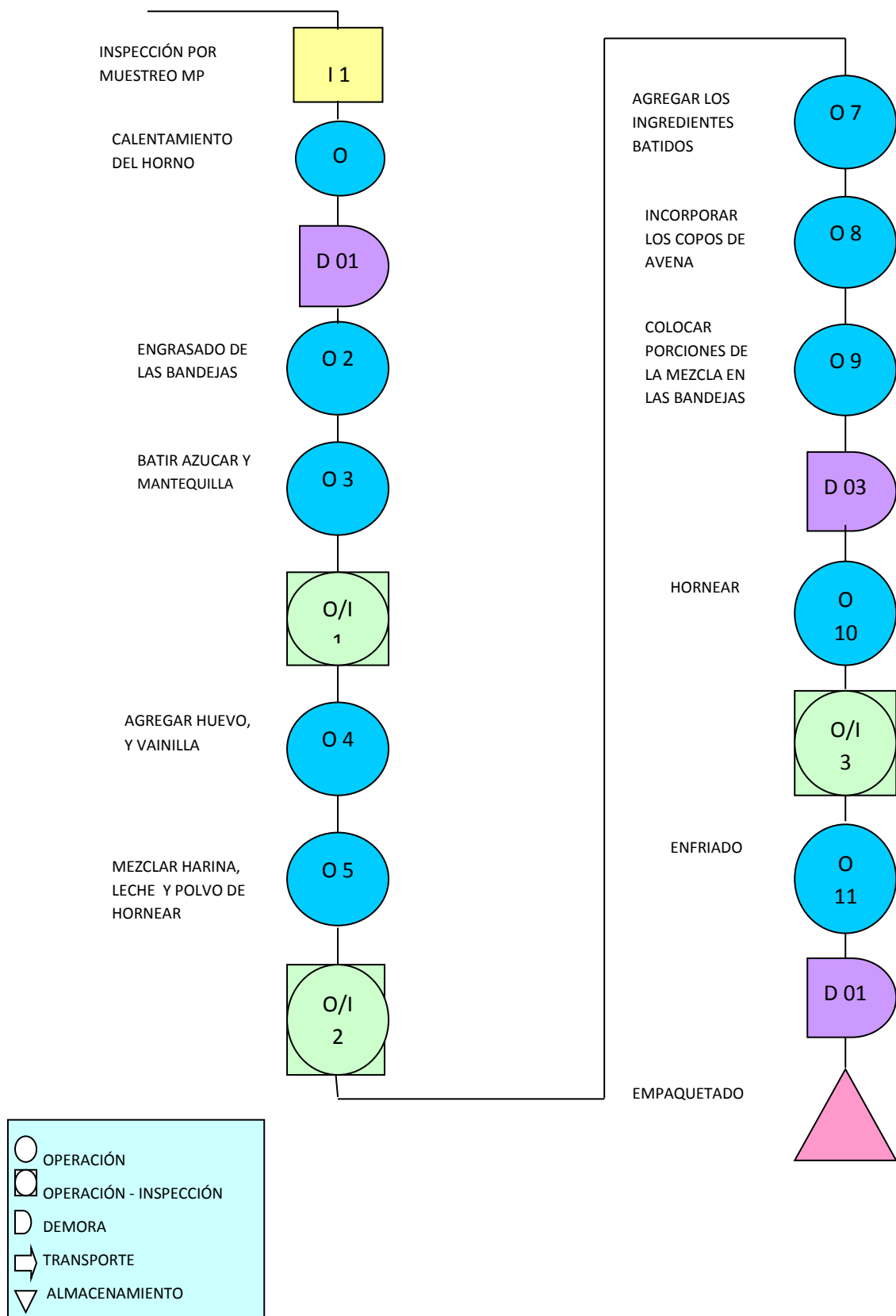


5.4.1.3 Definición de procesos

La elaboración de Las galletas de Avena se puede realizar en latas para su cocción. Si el proceso es realizado por este sistema, la forma de elaborar las galletas de avena es la siguiente:

- ✓ Precalentar el horno a 350°F (175°C)
- ✓ Engrasar ligeramente las bandejas de hornear.
- ✓ En un tazón grande, hacer una crema con el azúcar y la mantequilla en la batidora.
- ✓ Luego agregar el huevo y la vainilla la batidora.
- ✓ Mezclar la harina, leche y el polvo de hornear en la mezcladora
- ✓ Posteriormente agregar a la mezcladora los ingredientes batidos. Amasar hasta que esté suave y fina.
- ✓ Incorporar revolviendo los copos de avena y la canela hasta que se combinen bien.
- ✓ Poner la mezcla, distanciadas 3 pulg. (7 cm.) en las bandejas preparadas.
- ✓ Hornee las galletas por 12 minutos hasta que doren.
- ✓ Luego se procede a enfriar las galletas
- ✓ Finalmente empacar las galletas.

5.4.1.4 Flujograma de procesos para la elaboración de galletas de avena



5.4.1.5 Capacidad de producción

La capacidad de producción se estimó mediante el tiempo de producción por parada desde el inicio hasta el empaquetado final, dicho proceso se estableció mediante comparaciones de elaboración de galletas por parte de panificadoras y pastelerías, en un día laboral descontando las horas perdidas por equipamiento, receso y limpieza durante 21 días al mes 8 horas laborables. Por lo tanto mediante el cálculo de tiempos y capacidad se estableció una producción aproximada de 6480 unidades de galletas diarias.

Tabla 21: Tiempos por parada

12 Bandejas		6 paradas por día
Función	Minutos	
Mesclador	10	1 hora
Amasador	15	1 hora y 30 minutos
Formador	15	1 hora y 30 minutos
Horno	12	1 hora y 12 minutos
Enfriado	10	1 hora
Empaquetado	15	1 hora y 30 minutos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por el autor: Cristian Chata

Tabla 22: Capacidad de Producción

Descripción	Unidades de producción
Bandejas	12
Galletas por bandeja	90
Paradas diarias	6
Total galletas diarias	6480
Días al mes	21
Galletas al mes	136080
Galletas al año	1632960
Galletas por paquete	6
Paquetes diarios	1080
Paquetes al mes	22680
Paquetes al año	272160

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por el autor: Cristian Chata

5.4.2 Distribución de planta

Para la distribución de la planta se tomara en cuenta los siguientes factores:

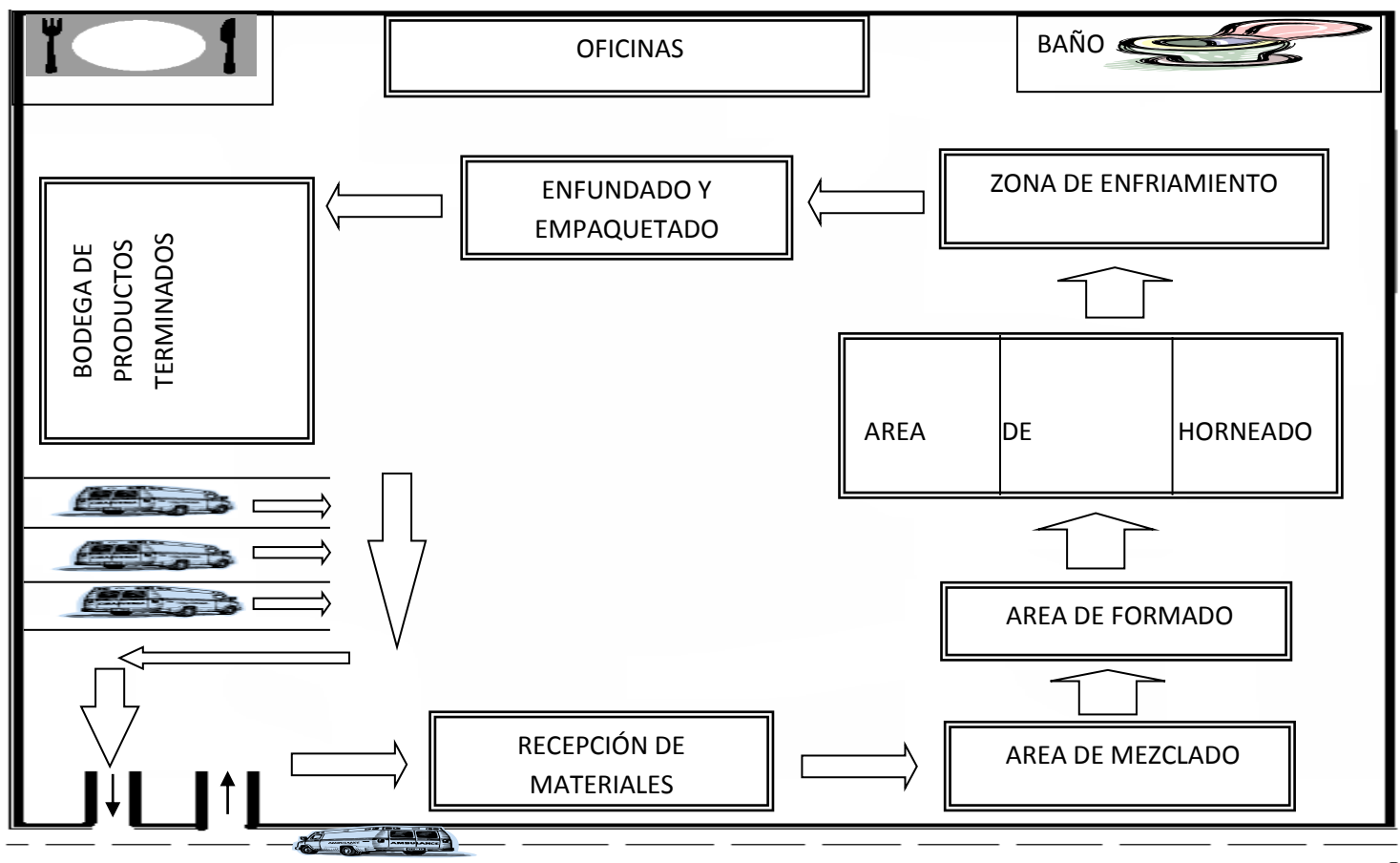
- ✓ **Diseño y rediseño del producto:** El proceso es flexible y admite todos los cambios necesarios, para crear nuevos productos como: galletas de chochos, de soya o de otros granos de alto contenido nutricional.
- ✓ **Reemplazo de maquinarias:** La máquina principal en el proceso productivo es el horno, en caso de aumentar la producción se procederá a la adquisición de otro activo, y si disminuyere simplemente se adaptara el horno al cambio.
- ✓ **Condiciones de trabajo del recurso humano:** Es necesario realizar una adecuada distribución de maquinaria, para evitar accidentes o incomodidades a los trabajadores. La temperatura del ambiente de la fábrica no es muy alta, lo que permite un adecuado desenvolvimiento de los trabajadores en sus diferentes tareas.
- ✓ **Costos de operación:** Todos los equipos y maquinarias deben estar colocados en el orden del proceso para evitar demoras.

5.4.2.1 Distribución física de la planta

- ✓ **Recepción de materiales.-** Es un espacio suficiente para que el vehículo se estacione y haga la respectiva entrega de materia prima para la elaboración del producto.
- ✓ **Área de producción.-** El espacio designado para el departamento de producción, se ha definido principalmente en función del tipo de maquinaria que se va a utilizar, considerando su tamaño, cantidad de mano de obra que se requiere, normas de seguridad e higiene. La maquinaria se ubica de manera estratégica y de conformidad con la secuencia del proceso productivo para así evitar demoras y desperdicios de tiempo por parte de los trabajadores.

- ✓ **Oficinas.-** Es un espacio grande en donde estará ubicado el gerente y su secretaria- contadora para un correcto desenvolvimiento y control del proceso, también contará con un asesor comercial el cual va a ayudar a comercializar de mejor manera el producto. Además contará con una zona de recepción y sala de espera para clientes y proveedores.
- ✓ **Sanitarios.-** Los servicios higiénicos serán divididos en dos secciones, uno para las mujeres y otro para los hombres, su uso será tanto para el área de oficinas como para los trabajadores de la empresa.

Ilustración 10: Distribución interna de la planta



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

5.5 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

5.5.1 Descripción de la empresa

Nombre de la empresa: “CROKIAVENAS CIA LTDA”

Ilustración 11: Logotipo de la Empresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

El nombre de la empresa es original y atractivo, con oportunidad de establecerse como símbolo de calidad y medio de promoción. La empresa producirá y comercializará galletas de avena. El negocio consiste básicamente en adquirir la materia prima, para posteriormente transformarlo a galleta después de una serie de procesos.

El servicio que va a brindar consiste en abastecer a los supermercados y tiendas, asegurándose que el cliente este satisfecho por la compra que realizó. Crokiavena se registrará bajo las normas INEC y las de calidad ISO, también no descuidará el medio ambiente.

Aportará al desarrollo del país generando fuentes de trabajo, así como también permite que otros empresarios también produzcan, en este caso los agricultores dedicados a la siembra de granos y cereales andinos.

- ✓ **Slogan:** La frase: “Nutrición que se disfruta” expresa la confianza de consumir un producto conocido como golosina que satisface un antojo y que al mismo tiempo ayuda a la nutrición del organismo debido al alto nivel de proteínas que contiene.

Ilustración 12: Etiqueta para los productos

Ingredientes:

MEDIO EN AZÚCAR

MEDIO EN GRASA

NO CONTIENE SAL

Avena, harina, huevos, azúcar, mantequilla, canela, esencia de vainilla, polvo de hornear.

72 g



GUARANDA-BOLÍVAR-ECUADOR

“Las galletas de avena son nutritivas, saludables y deliciosos, bajos en colesterol y ricos en vitaminas”

Información Nutricional

Cantidad por Porción	
Energía (Calorías)	419 kJ (100 kcal)
Energía de grasa (Cal. Grasa)	146.65 kJ (35 kcal)
% Valor Diario*	
Grasa Total 4 g	6%
Grasa Saturada 0 g	0%
Grasa Poliinsaturada 1 g	
Grasa Monoinsaturada 2 g	
Grasa Trans 0 g	
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 35 mg	1%
Carbohidratos Totales 15 g	5%
Fibra Dietética 1 g	4%
Azúcares 4 g	
Proteína 2 g	
Vitamina A	2%
Vitamina C	2%
Calcio	2%
Hierro	6%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

5.5.2 Misión de la empresa

“Proporcionar productos competitivos en el mercado de consumo de galletas, con un respaldo en el proceso, el diseño y servicio al cliente. Comprometiendo y enriqueciendo las competencias del personal que garanticen el uso eficiente y eficaz de los recursos disponibles”.

5.5.3 Visión de la empresa

“Ser una empresa con presencia y reconocimiento en el mercado de consumo de galletas, respaldados en una estructura sólida y confiable que proyecte una imagen positiva hacia nuestros clientes y la sociedad”.

5.5.4 Objetivos empresariales:

- a) Contar con equipamiento de punta.
- b) Tener un buen capital de trabajo
- c) Poseer conocimientos y habilidades para crear el producto
- d) Conformar una estructura organizacional sólida y eficiente con la participación del recurso humano en todos sus niveles.
- e) Fomentar un ambiente cultural y laboral que eleve al máximo el interés y la motivación del talento humano.
- f) Obtener un reconocimiento e imagen como empresa a nivel interno y externo.
- g) Ofrecer productos con estándares de calidad que se orienten a la satisfacción de las necesidades.

5.5.5 Valores Empresariales

- ✓ **Ética:** El comportamiento de todos los que conformaremos esta familia, no debe faltar la confianza, la honradez, la humildad, la perseverancia y el respeto a los demás, principios éticos que inspiran la vida de esta organización. Estos valores serán respetados por todos los miembros de la organización sin importar cargo, ingreso o nivel de educación que tengan.
- ✓ **Responsabilidad:** La principal responsabilidad será para con el cliente, por lo que se trabajara para satisfacer sus necesidades. La responsabilidad radica además, en la puntualidad para la entrega del producto.
- ✓ **Limpieza:** Se seguirán normas de higiene y limpieza específicas, en la planta de producción.
- ✓ **Servicio al cliente:** Es una actividad enfocada en la optimización de recursos y en la racionalización de los mismos.

5.5.6 Políticas

Para realizar un efectivo control interno del funcionamiento de la empresa, se establecerán políticas a seguir, de darse el caso de incumplimiento de las mismas, se procederá con la sanción respectiva, que va desde: multas, sanciones, suspensión y si el acto ha sido a nivel extremo, se llegara hasta el cese de las funciones en la empresa, todo esto amparado bajo reglamentos legales, estas son:

- Para conseguir eficiencia en los resultados, se debe organizar un trabajo en equipo donde todos colaboren, es decir que no se limiten a realizar lo que se les dice, y tener el convencimiento de que si la empresa progresa todos progresaran también.
- La capacitación permanente es fundamental, para conseguir optimizar los recursos, así como los resultados.
- El personal ingresará puntualmente a la empresa. De lo contrario será sancionado por retraso.
- Todos los trabajadores de la empresa deben usar correctamente los equipos de trabajo.
- Las instalaciones siempre permanecerán limpias y desinfectadas.
- Ninguna información puede ser dada sin la autorización de la gerencia.

5.5.7 Estructura organizacional

El diseño de la estructura organizacional se define a partir de los factores internos como son la capacidad de producción así como las actividades de administración y ventas que se deben realizar dentro de la microempresa para lograr mayor eficiencia de los recursos económicos y así alcanzar los objetivos planteados.

Las secciones de la microempresa están constituidas de la siguiente forma:

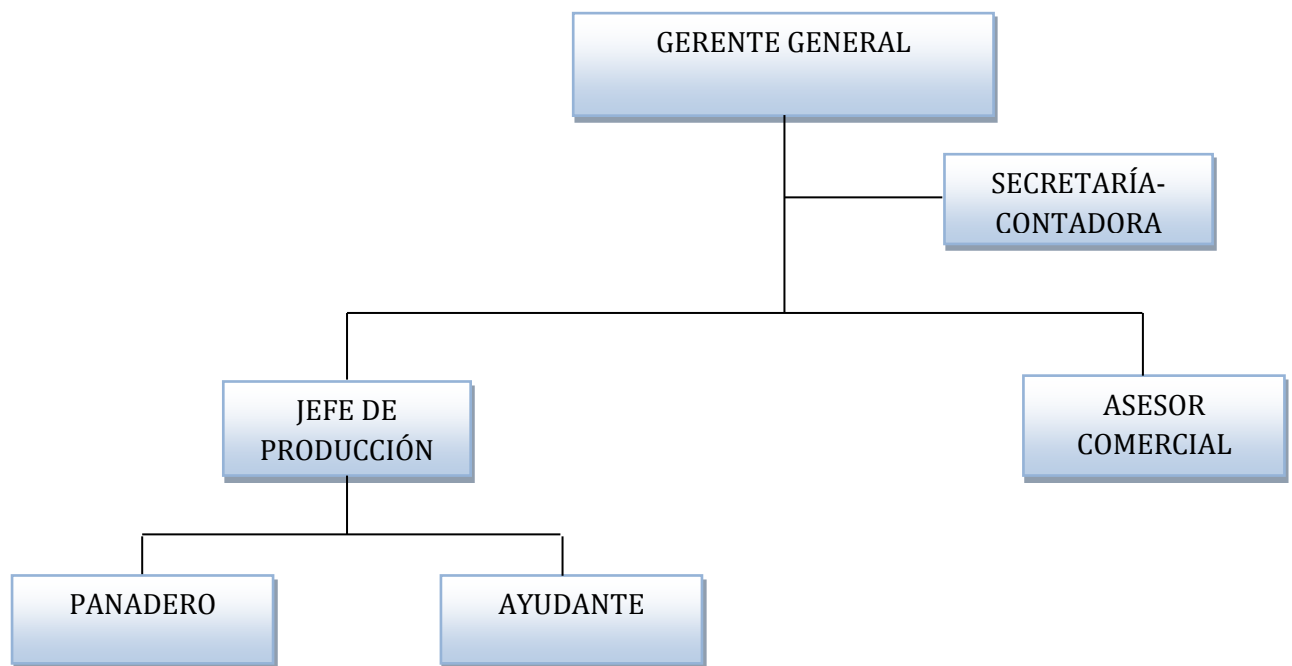
Nivel Superior: Gerente General

Nivel asesor: Secretaría- Contadora

Nivel intermedio: Jefe de producción y Asesor Comercial

Nivel operativo: Panadero y Ayudante

5.5.8 Organigrama Estructural de la Microempresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

5.5.9 Manual de Funciones

El manual de funciones presenta en detalle todas las funciones inherentes a cada una de las unidades organizativas que constituyen a la empresa. En conclusión se puede definir un manual de funciones como un instrumento de trabajo, que contiene un conjunto de normas y tareas que desarrolla cada trabajador en sus actividades cotidianas. (Chiavenato, 2001).

Tabla 23: Manual de Funciones del Gerente

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Administración CARGO: Gerente General	
OBJETIVO DEL CARGO: Implementar la misión, visión, objetivos y valores de la organización.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar legalmente a la microempresa ➤ Encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen dentro y fuera de la microempresa. ➤ Contratar y remover al personal de la microempresa de acuerdo a la legislación vigente, así como otorgar las funciones, responsabilidades, derechos y obligaciones que les competan. ➤ Aprobar la adquisición y contratación de los bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la microempresa. ➤ Motivar y desarrollar al personal de la institución. ➤ Elaborar informes sobre las actividades realizadas. 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título en administración de empresas o carreras afines. ➤ Cursos de relaciones humanas e informática. ➤ 3 años de experiencia. 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 24: Manual de funciones de la Secretaría- Contadora

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Administración CARGO: Secretaría- Contadora	
OBJETIVO DEL CARGO: Brindar información tanto al jefe como al público, además manejar los procedimientos contables, de presupuestos, de cobranzas, de pagos entre otros y preparar los Estados Financieros establecidos por la ley.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar apoyo a todos los niveles de la microempresa. ➤ Realizar, registrar, clasificar, resumir e interpretar las transacciones económicas de la organización. ➤ Mantener al día los archivos generales de la microempresa. ➤ Atender a las personas que lleguen a la microempresa. ➤ Elaborar el presupuesto general, los flujos de caja y los estados financieros. ➤ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero. ➤ Supervisar las conciliaciones bancarias. ➤ Responsabilizarse ante la microempresa de la fidelidad de la información contable y custodia de documentos importantes. 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de contador público. ➤ Cursos de contabilidad e informática. ➤ 3 años de experiencia. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 25: Manual del Jefe de Producción

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Producción CARGO: Jefe de producción.	
OBJETIVO DEL CARGO: Identificar, prepara y diseñar diferentes procedimientos en función de la optimización de recursos, acordes con las metas propuestas por la microempresa.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planeación y distribución de instalaciones. ➤ Responsable de la higiene y seguridad industrial. ➤ Control de la producción y de los inventarios. ➤ Centrar sus objetivos a fin de que se cumplan las especificaciones de ingeniería y para que los clientes queden satisfechos con el nivel de calidad del producto. ➤ Establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades de los clientes y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título en administración de empresas, Ingeniería industrial o carreras afines. ➤ Cursos de seguridad industrial, paquetes informáticos, elaboración y evaluación de proyectos. ➤ 2 años de experiencia. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 26: Manual de funciones del Asesor Comercial

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Comercial CARGO: Asesor Comercial	
OBJETIVO DEL CARGO: Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la gestión comercial de la microempresa.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinación de las actividades destinadas a la producción, venta, mercadeo de la microempresa y servicio al cliente. ➤ Determinar políticas de venta y controlar que se cumplan. ➤ Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales. ➤ Atención personal y telefónica a los clientes. ➤ Demostraciones a los clientes de los productos de la microempresa. ➤ Elaboración de presupuestos de ventas mensuales junto con la gerencia. 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios universitarios relacionados con la gestión comercial, marketing o carreras afines. ➤ Cursos de mercadeo, relaciones humanas, paquetes informáticos. ➤ 2 años de experiencia. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 27: Manual de funciones del Panadero

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Producción CARGO: Panadero	
OBJETIVO DEL CARGO: Conocer los estándares estipulados por la microempresa para la adecuada manipulación de los productos a salir al mercado.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Jefe de Producción) ➤ Encargado de mezclar todos los ingredientes, pasar mescla por amasadora, dar a la masa la forma de galleta, chequeo, horneado, empaquetado. ➤ Manejo de equipos, máquinas y herramientas de la microempresa. ➤ Revisión del estado de los equipos y maquinas e informar a quienes corresponda, de cualquier anomalía que se presente. ➤ Responder por los implementos de trabajo asignados. ➤ Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción. ➤ Implementar las buenas prácticas de manufactura 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener conocimiento en el manejo de productos alimenticios, especialmente de repostería o panadería. ➤ Cursos sobre el manejo de maquinaria y procesos de producción. ➤ 2 años de experiencia. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 28: Manual de funciones del Ayudante

CROKIAVENA CIA LTDA	MANUAL DE FUNCIONES
AREA: Producción CARGO: Ayudante	
OBJETIVO DEL CARGO: Realizar actividades de manufactura dentro de la microempresa. Estas actividades comprenden desde la recepción de la materia prima, acomodo y almacenamiento del producto terminado.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar apoyo al panadero en el proceso de realización del producto. ➤ Entrega de productos terminados, cargas y descargas despacho de órdenes. ➤ Ubicar la mercadería recibida en el lugar correspondiente de la bodega. ➤ Informar cualquier novedad o anomalía que se presente a su superior para solucionar el inconveniente de inmediato. ➤ Garantizar y aplicar normas de higiene. ➤ Cumplir con buenas prácticas de manipulación de alimentos. 	
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Secundaria terminada. ➤ Habilidades de comunicación verbal y conocimiento de panadería. ➤ 1 año de experiencia. 	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

5.6 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

5.6.1 Aspecto legal

De acuerdo a la Ley de Compañías vigente la empresa a formarse será una Compañía de Responsabilidad Limitada en la que los socios solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirarla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, el principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil, para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Los socios legalmente convocados y reunidos forman la Junta General de Socios.

5.6.2 Nombre o razón social

La razón social es el nombre que identifica a la compañía, es único e irrepetible y no puede ser similar a otros ya existentes.

Nombre comercial: CROKIAVENA

Razón Social: CROKIAVENA CIA LTDA (Galletas de avena)

5.6.3 Requisitos legales para el funcionamiento

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios, etc., para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

5.6.4 Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de la Cédula de Identidad
- ✓ Acercarse a las oficinas del SRI
- ✓ Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- ✓ Tipo de negocio o actividad a la que se dedica
- ✓ Firma y retira el RUC
- ✓ Este trámite no tiene ningún costo monetario

5.6.5 Afiliación a la Cámara de Comercio

Al afiliarse a la Cámara de Comercio, como persona jurídica en el caso de la microempresa, requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ✓ Fotocopia de la cédula de identidad
- ✓ Llenar la solicitud de afiliación a la Cámara de Comercio.
- ✓ Pagar la cuota de inscripción
- ✓ Legalizar la solicitud de inscripción de la matrícula de comercio ante un juzgado civil del Cantón.

Una vez cumplido todos estos aspectos la microempresa podrá operar sin contratiempos en el ámbito legal que demanda las autoridades respectivas del país.

5.6.6 Patente Municipal

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad.
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente (costo 0,25 centavos)

5.6.7 Permiso de la Dirección de Higiene Municipal

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, sobre todo al tratarse de una microempresa que provee a sus clientes productos de consumo.

- ✓ Permiso de la Dirección de Higiene Municipal
- ✓ Registro único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ El carné de salud ocupacional por cada uno de los empleados que manipulan los insumos de producción.

5.6.8 Permiso Único de Funcionamiento Anual

Copia del certificado de la Afiliación a la Cámara de Comercio que corresponda, de acuerdo a su ubicación (cuando se comercializa).

5.6.9 Permiso de funcionamiento Ministerio Salud Pública (M.S.P.)

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud previamente cumplidos los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal

Registro único de Contribuyentes (RUC)

Fotocopia de la Cédula de Identidad

Papeleta de votación

El carné de salud de cada uno de los empleados

Permiso de funcionamiento de Cuerpo Bomberos.

Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

CAPITULO VI: ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

6.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO

6.1.1 Objetivo General

Demostrar la viabilidad económico- Financiera de la microempresa

6.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto
- Establecer el capital de trabajo necesario para el proyecto
- Determinar el punto de equilibrio analítico y grafico del proyecto
- Realizar la evaluación económica a través del uso de técnicas financieras como el VAN, TIR, PRI y B/C para determinar la rentabilidad del proyecto

6.2 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está conformada por la maquinaria, equipos, muebles y enseres necesarios para la transformación de la materia prima y el desempeño de las actividades de la microempresa. Estos bienes se compraran nacionalmente y se presentan a continuación. (Marcelo, 2006)

Tabla 29: Equipos Informáticos

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	COMPUTADOR	550,00	550,00
1	PROGRAMA DE CONTABILIDAD Y COSTOS	50,00	50,00
1	LAPTOP	850,00	850,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCION	175,00	175,00
1	FLASH MEMORY	16,00	16,00
TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS			1.641,00

Fuente: CINTICOMP

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 30: Equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	DISPENSADORES DE AGUA	150,00	150,00
1	SUMADORAS	125,00	125,00
1	TELEFONOS	80,00	80,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			355,00

Fuente: La Ganga

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 31: Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	ESCRITORIO GERENCIA	350,00	350,00
1	ESCRITORIOS JUNIOR	225,00	225,00
1	SILLON GERENTE	130,00	130,00
1	SILLONES DE TRABAJO	100,00	100,00
2	ARCHIVADORES	60,00	120,00
20	SOPORTES DE METALICOS	95,00	1.900,00
TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES			2.825,00

Fuente: MADERMUEBLE

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 32: Maquinaria y Equipo

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	HORNO DE CONVECCION AUTOMATICA A GAS	4.600,00	4.600,00
1	BATIDORA MECANICA	1.800,00	1.800,00
1	AMAZADOR	2.800,00	2.800,00
1	EMPACADORA	1.500,00	1.500,00
1	PORTABANDEJAS GRANDE	650,00	650,00
1	MESA DE TRABAJO	550,00	550,00
1	BALANZA	120,00	120,00
TOTAL MAQUINARIA			12.020,00

Fuente: Hornos Andino

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 33: Herramientas

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	CAJA DE HERRAMIENTAS	200,00	200,00
1	ASPIRADORA	750,00	750,00
TOTAL HERRAMIENTAS			950,00

Fuente: Almacenes JAHER

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 34: Equipos de Trabajo

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
3	MANDILES	10,00	30,00
3	GUANTES ANTIBACTERIALES	3,00	9,00
3	GORROS DE COCINA	0,50	1,50
3	MASCARILLAS	0,50	1,50
TOTAL EQUIPOS DE TRABAJO			42,00

Fuente: Hornos Andino

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 35: Suministros de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	REMAS PAPEL BOND	5,00	5,00
1	PERFORADORA ENGRANPADORA CLIPS CINTAS	6,00	6,00
1	TINTA PARA IMPRESORA	30,00	30,00
1	STOCK DE MATERIALES DE OFICINA	70,00	70,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			111,00

Fuente: Librería San Pedro

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 36: Suministros de Limpieza

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	GALONES DE CLORO	1,25	3,75
3	PINOKLIN GALONES	3,85	11,55
3	DETERGENTE KILOS	2,55	7,65
5	JABON	0,85	4,25
3	ESCOBAS	2,50	7,50
3	TRAPEADORES	3,50	10,50
10	FRANELAS	1,00	10,00
TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA			55,20

Fuente: Almacenes AKÍ

Elaborado por: Cristian Chata

6.3 INVERSIÓN DIFERIDA

Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables del proyecto, pero que no intervienen directamente en la producción los cuales se presentan a continuación. (Marcelo, 2006)

Tabla 37: Gastos de Constitución

Honorarios de abogado	50,00
Gasto de publicidad	50,00
Inscripción en el Registro Mercantil	110,00
Permisos municipales, Direc.Salud, Bomberos y otros	125,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	335,00

Fuente: Abg Mercedes Calero

Elaborado por: Cristian Chata

6.4 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Cuando finaliza el periodo contable, es necesario realizar una serie de ajustes para determinar el valor real de los activos fijos que posee la empresa, ésta operación se la conoce como depreciación. Se define a la depreciación como:

La pérdida paulatina del valor de los activos por desgaste u obsolescencia.

La depreciación solo se aplica a los activos fijos, se considera como un gasto ya que no significa egreso para la empresa. (Sarmiento , 2005)

A continuación se muestra la depreciación de los bienes de la microempresa.

Tabla 38: Depreciación Equipos Informáticos

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS INFORMATICOS	
COSTO		1.641,00	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	164,10
DEPRECIACION ANNUAL		492,30	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.641,00
1	492,30	492,30	1.148,70
2	492,30	984,60	656,40
3	492,30	1.476,90	164,10
	1.476,90		

Fuente: Tabla 29 Equipos Informáticos

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 39: Depreciación Equipos de oficina

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		355,00	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	35,50
DEPRECIACION ANNUAL			31,95
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			355,00
1	31,95	31,95	323,05
2	31,95	63,90	291,10
3	31,95	95,85	259,15
4	31,95	127,80	227,20
5	31,95	159,75	195,25
6	31,95	191,70	163,30
7	31,95	223,65	131,35
8	31,95	255,60	99,40
9	31,95	287,55	67,45
10	31,95	319,50	35,50
	319,50		

Fuente: Tabla 30 Equipos de Oficina

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 40: Depreciación de Muebles y Enseres

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO COSTO VIDA UTIL VALOR RESIDUAL DEPRECIACION ANNUAL		MUEBLES Y ENSERES 2.825,00 10 AÑOS 10% 282,50 254,25	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.825,00
1	254,25	254,25	2.570,75
2	254,25	508,50	2.316,50
3	254,25	762,75	2.062,25
4	254,25	1.017,00	1.808,00
5	254,25	1.271,25	1.553,75
6	254,25	1.525,50	1.299,50
7	254,25	1.779,75	1.045,25
8	254,25	2.034,00	791,00
9	254,25	2.288,25	536,75
10	254,25	2.542,50	282,50
	2.542,50		

Fuente: Tabla 31 Muebles y Enseres

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 41: Depreciación Maquinaria y Equipo

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO COSTO VIDA UTIL VALOR RESIDUAL DEPRECIACION ANNUAL		MAQUINARIA Y EQUIPO 12.020,00 10 AÑOS 10% 1.202,00 1.081,80	
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			12.020,00
1	1.081,80	1.081,80	10.938,20
2	1.081,80	2.163,60	9.856,40
3	1.081,80	3.245,40	8.774,60
4	1.081,80	4.327,20	7.692,80
5	1.081,80	5.409,00	6.611,00
6	1.081,80	6.490,80	5.529,20
7	1.081,80	7.572,60	4.447,40
8	1.081,80	8.654,40	3.365,60
9	1.081,80	9.736,20	2.283,80
10	1.081,80	10.818,00	1.202,00
	10.818,00		

Fuente: Tabla 32 Maquinaria y Equipo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 42: Resumen de Depreciación

RESUMEN DE DEPRECIACIONES										
							%	%		
NOMBE DEL ACTIVO	COSTO DEL ACTIVO	Valor residual 10%	DEPRECIACION MENSUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANNUAL	DEPREC. MENSUAL	ADMINISTRAC.	PRODUCCION	ADMINIS TRAC.	PRODUCCION
EQUIPOS INFORMATICOS	1.641,00	164,10	1.476,90	3	492,30	41,03	80	20	32,82	8,21
EQUIPOS DE OFICINA	355,00	35,50	319,50	10	31,95	2,66	70	30	1,86	0,80
MUEBLES Y ENSERES	2.825,00	282,50	2.542,50	10	254,25	21,19	30	70	6,36	14,83
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.020,00	1.202,00	10.818,00	10	1.081,80	90,15	10	90	9,02	81,14
TOTAL	16.841,00		15.156,90		1.860,30	155,03			50,06	104,97

Fuente: Tablas 38, 39, 40 y 41

Elaborado por: Cristian Chata

6.5 REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS

Comprende el personal necesario que va a trabajar en la microempresa con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes a continuación se presenta el personal con el que contara la microempresa.

Tabla 43: Recurso Humano Administrativo

S.B. 354,00

PRIMER AÑO										
RECURSO HUMANO ADMINISTRACIÓN										
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	aporte patronal	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	GERENTE	500,00		500,00	41,67	29,50		60,75	131,92	631,92
1	SECRETARIA /CONTADORA	354,00		354,00	29,50	29,50		43,01	102,01	456,01
1	ASESOR COMERCIAL	380,00		380,00	31,67	29,50		46,17	107,34	487,34
3	TOTAL	1234,00	0,00	1.234,00	102,83	88,50	-	149,93	341,26	1.575,26

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 44: Rubros

RUBROS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
SUELDO	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	1.234,00	14.808,00
DECIMO TERCER	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	102,83	1.234,00
DECIMO CUARTO	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	1.062,00
APOORTE PATRON.	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	149,93	1.799,17
FONDO RESERVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	1.575,26	18.903,17

Fuente: Tabla 43 Recurso Humano Administrativo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 45: Recurso Humano de Producción

RECURSO HUMANO DE PRODUCCION										
S.B. 354,00										
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	APOORTE PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNE RACIO
1	JEFE DE PRODUCCION	450,00		450,00	37,50	29,50		54,68	121,68	571,68
1	PANADERO	354,00		354,00	29,50	29,50		43,01	102,01	456,01
1	AYUDANTE	354,00		354,00	29,50	29,50		43,01	102,01	456,01
3	TOTAL	1158,00	0,00	1.158,00	96,50	88,50	-	140,70	325,70	1.483,70

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 46: Rubros

RUBROS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
SUELDO	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	1.158,00	13.896,00
DECIMO TERCER	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	96,50	1.158,00
DECIMO CUARTO	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	88,50	1.062,00
APOORTE PATRON.	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	140,70	1.688,36
FONDO RESERVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	1.483,70	17.804,36

Fuente: Tabla 43 Recurso Humano de Producción

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 47: Consumo energía eléctrica mensual

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA MENSUAL EN KV/H								
COSTO KV/H			0,32					
N°	DESCRIPCION	POTENCIA (PROMEDIO) VATIOS	TIEMPO PROMEDIO DE USO AL DIA		TIEMPO DE USO AL MES EN HORA	CONSUMO MENSUAL KV/H	COSTO MENSUAL POR UNIDAD	TOTAL MENSUAL
			H	d				
1	HORNO DE CONVECCION AUTOMATICA A GAS	110	8	21	168	18,48	5,91	5,91
1	BATIDORA MECANICA	110	8	21	168	18,48	5,91	5,91
1	AMAZDORA	220	8	21	168	36,96	11,83	11,83
1	EMPACADORA	220	8	21	168	36,96	11,83	11,83
1	BALANZA	110	2	21	42	4,62	1,48	1,48
1	ASPIRADORA INDUSTRIAL	450	3	21	63	28,35	9,07	9,07
1	COPIADORA MULTIFUNCION	360	3	21	63	22,68	7,26	7,26
1	COMPUTADOR	325	8	21	168	54,6	17,47	17,47
5	FOCOS	40	4	21	84	3,36	1,08	5,38
TOTAL MENSUAL						224,49	71,84	76,14

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 48: Consumo de agua potable mensual

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE AGUA POTABLE MENSUAL EN M ³				
COSTO POR M ³			0,85	
N°	DESCRIPCION	CONSUMO DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
6	CONSUMO DE AGUA	0,5	3	2,55
TOTAL MENSUAL				2,55

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 49: Consumo telefónico por minutos

CUADRO RESUMEN DE CONSUMO DE MINUTOS				
COSTO POR MINUTO		0,05		
N°	DESCRIPCION	CONSUMO DIARIO	CONSUMO TOTAL	COSTO TOTAL
7	CONSUMO TELEFONICO	20	140	6,72
TOTAL MENSUAL				6,72

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 50: Resumen Gastos Administrativos

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	1.234,00
Aporte Patronal	149,93
Décimo Tercer Sueldo	102,83
Décimo Cuarto Sueldo	88,50
Luz	25,00
Agua	3,00
Teléfono	35,00
Transporte	50,00
Utiles de Aseo y Limpieza	15,00
Utiles de Oficina	55,00
Manten. De Maquinarias y equipos	20,00
Manten. De Instalaciones	35,00
Depreciación de Activos Fijos	50,06
Servicios Bancarios	25,00
Viáticos y Movilización	150,00
Vigilancia	150,00
Seguros	112,00
Otros Gastos	100,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	2.400,32

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 51: Resumen Gastos Operativos

RESUMEN DE GASTOS OPERATIVOS MENSUALES	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	1.158,00
Aporte Patronal	140,70
Décimo Tercer Sueldo	96,50
Décimo Cuarto Sueldo	88,50
Luz	51,14
Agua	5,93
Teléfono	14,84
Transporte	30,00
Utiles de Aseo y Limpieza	20,00
Utiles de Oficina	15,00
Manten. De Maquinarias y equipos	200,00
Manten. De Instalaciones	50,00
Depreciación de Activos Fijos	104,97
Viáticos y Movilización	20,00
Vigilancia	100,00
Seguros	110,00
Otros Gastos	120,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	2.325,57

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 52: Costos de producción

MATERIALES			MANO DE OBRA			C.I.F.	
INSUMOS	UNID.	V/T	UNID.	CALIF.	V/T	UNID.	V/T
Azúcar	1 onza.	0,002	2	Calf.	0,02	Servicios básicos	0,008
Harina	1 onza.	0,01					
Avena	1 onza.	0,01					
Mantequilla	1 cuch.	0,001					
Huevos	1/5 uni.	0,002					
Vainilla	10 gotas	0,002					
Leche	1/10 li	0,002					
Canela	1 onza.	0,001					
Polvo de hornear	1 onza	0,002					
TOTAL		0,032			0,02		0,008
Costo de Producción		0,06					
Utilidad 35%		0,021					
Costo de galleta venta unitario		0,081					

Fuente: Panadería PANBOLIM

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 53: Costos de producción según los escenarios

ESCENARIO	PRODUCCION DIARIA	COSTO X GALLETA	VENTA POR GALLETA	COSTO DIARIO	VENTA DIARIA	COSTO MENSUAL	VENTA MENSUAL	GANANCIA MENSUAL
PROYECTO	6480	0,032	0,08	210,10	518,40	4.412,10	10.886,40	6.474,30
OPTIMISTA	12000	0,032	0,08	389,07	960,00	8.170,56	20.160,00	11.989,44
PESIMISTA	5000	0,032	0,08	162,11	400,00	3.404,40	8.400,00	4.995,60

Fuente: Tabla 52 cotos de producción

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 54: Resumen inversión Inicial

RESUMEN DE INVERSION INICIAL FIJA	
DESCRIPCION	
EQUIPOS INFORMATICOS	1.641,00
EQUIPOS DE OFICINA	355,00
MUEBLES Y ENSERES	2.825,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.020,00
HERRAMIENTAS	950,00
EQUIPOS DE TRABAJO	42,00
SUMINISTROS DE OFICINA	111,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	55,20
GASTOS DE CONSTITUCION	335,00
MATERIA PRIMA	4.412,10
CAPACITACIÓN	200,00
ASISTENCIA TECNICA	500,00
GASTOS OPERACIONALES	2.325,57
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.400,32
TOTAL INVERSION INICIAL	28.130,19

Fuente: Tablas de Inversión y Gastos

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 55: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario del proyecto

PRODUCTO	CAPACIDAD A PRODUCIR	PRECIO UNIT. X GALLETA	COSTO DIARIO	PRECIO VENTA X GALLETA	VENTA DIARIA	COSTO MENSUAL	VENTA MENSUAL
GALLETAS DE AVENA	6.480	0,03	210,10	0,08	518,40	4.412,10	10.886,40
Total			210,10		518,40	4.412,10	10.886,40

Fuente: Tabla 53 costos de producción según los escenarios

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 56: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario pesimista del proyecto

PRODUCTO	CAPACIDAD A PRODUCIR	PRECIO UNIT. X GALLETA	COSTO DIARIO	PRECIO VENTA X GALLETA	VENTA DIARIA	COSTO MENSUAL	VENTA MENSUAL
GALLETAS DE AVENA	5.000	0,03	162,11	0,08	400,00	3.404,40	8.400,00
Total			162,11		400,00	3.404,40	8.400,00

Fuente: Tabla 53 costos de producción según los escenarios

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 57: Proyección de Ingresos y Egresos del escenario optimista del proyecto

PRODUCTO	CAPACIDAD A PRODUCIR	PRECIO UNIT. X GALLETA	COSTO DIARIO	PRECIO VENTA X GALLETA	VENTA DIARIA	COSTO MENSUAL	VENTA MENSUAL
GALLETAS DE AVENA	12.000	0,03	389,07	0,08	960,00	8.170,56	20.160,00
Total			389,07		960,00	8.170,56	20.160,00

Fuente: Tabla 53 costos de producción según los escenarios

Elaborado por: Cristian Chata

6.6 FINANCIAMIENTO DE COSTOS E INVERSIONES

El total de inversión inicial es de \$ 28.130,19. Las fuentes que financiarán el presente proyecto serán un préstamo bancario de \$ 25.317,17 y un capital propio de \$ 2.813,02. Al sumar entre estos dos rubros se obtiene el total requerido para poner en marcha el proyecto.

Tabla 58: Préstamo Bancario

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	25.317,17	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		8,50%	PERIODOS	120
PLAZO		10	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,71%	PAGO PERIODICO		313,90
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				25.317,17
1	313,90	179,33	134,57	25.182,60
2	313,90	178,38	135,52	25.047,08
3	313,90	177,42	136,48	24.910,60
4	313,90	176,45	137,45	24.773,16
5	313,90	175,48	138,42	24.634,74
6	313,90	174,50	139,40	24.495,34
7	313,90	173,51	140,39	24.354,95
8	313,90	172,51	141,38	24.213,57
9	313,90	171,51	142,38	24.071,18
10	313,90	170,50	143,39	23.927,79
11	313,90	169,49	144,41	23.783,38
12	313,90	168,47	145,43	23.637,95
TOTAL	3.766,76	2.087,54	1.679,22	
13	313,90	167,44	146,46	23.491,49
14	313,90	166,40	147,50	23.343,99
15	313,90	165,35	148,54	23.195,45
16	313,90	164,30	149,60	23.045,85
17	313,90	163,24	150,66	22.895,20
18	313,90	162,17	151,72	22.743,47
19	313,90	161,10	152,80	22.590,68
20	313,90	160,02	153,88	22.436,80
21	313,90	158,93	154,97	22.281,83
22	313,90	157,83	156,07	22.125,76
23	313,90	156,72	157,17	21.968,59

24	313,90	155,61	158,29	21.810,30
TOTAL	3.766,76	1.939,11	1.827,65	
25	313,90	154,49	159,41	21.650,90
26	313,90	153,36	160,54	21.490,36
27	313,90	152,22	161,67	21.328,69
28	313,90	151,08	162,82	21.165,87
29	313,90	149,92	163,97	21.001,90
30	313,90	148,76	165,13	20.836,76
31	313,90	147,59	166,30	20.670,46
32	313,90	146,42	167,48	20.502,98
33	313,90	145,23	168,67	20.334,31
34	313,90	144,03	169,86	20.164,45
35	313,90	142,83	171,07	19.993,38
36	313,90	141,62	172,28	19.821,11
TOTAL	3.766,76	1.777,56	1.989,20	
37	313,90	140,40	173,50	19.647,61
38	313,90	139,17	174,73	19.472,88
39	313,90	137,93	175,96	19.296,92
40	313,90	136,69	177,21	19.119,71
41	313,90	135,43	178,47	18.941,24
42	313,90	134,17	179,73	18.761,52
43	313,90	132,89	181,00	18.580,51
44	313,90	131,61	182,28	18.398,23
45	313,90	130,32	183,58	18.214,65
46	313,90	129,02	184,88	18.029,78
47	313,90	127,71	186,19	17.843,59
48	313,90	126,39	187,50	17.656,09
TOTAL	3.766,76	1.601,74	2.165,02	
49	313,90	125,06	188,83	17.467,25
50	313,90	123,73	190,17	17.277,08
51	313,90	122,38	191,52	17.085,56
52	313,90	121,02	192,87	16.892,69
53	313,90	119,66	194,24	16.698,45
54	313,90	118,28	195,62	16.502,83
55	313,90	116,90	197,00	16.305,83
56	313,90	115,50	198,40	16.107,44
57	313,90	114,09	199,80	15.907,63
58	313,90	112,68	201,22	15.706,42
59	313,90	111,25	202,64	15.503,77
60	313,90	109,82	204,08	15.299,70
TOTAL	3.766,76	1.410,37	2.356,39	

61	313,90	108,37	205,52	15.094,17
62	313,90	106,92	206,98	14.887,19
63	313,90	105,45	208,45	14.678,75
64	313,90	103,97	209,92	14.468,82
65	313,90	102,49	211,41	14.257,41
66	313,90	100,99	212,91	14.044,51
67	313,90	99,48	214,41	13.830,09
68	313,90	97,96	215,93	13.614,16
69	313,90	96,43	217,46	13.396,70
70	313,90	94,89	219,00	13.177,69
71	313,90	93,34	220,55	12.957,14
72	313,90	91,78	222,12	12.735,02
TOTAL	3.766,76	1.202,09	2.564,67	
73	313,90	90,21	223,69	12.511,33
74	313,90	88,62	225,27	12.286,06
75	313,90	87,03	226,87	12.059,19
76	313,90	85,42	228,48	11.830,71
77	313,90	83,80	230,10	11.600,61
78	313,90	82,17	231,73	11.368,89
79	313,90	80,53	233,37	11.135,52
80	313,90	78,88	235,02	10.900,50
81	313,90	77,21	236,68	10.663,82
82	313,90	75,54	238,36	10.425,45
83	313,90	73,85	240,05	10.185,40
84	313,90	72,15	241,75	9.943,65
TOTAL	3.766,76	975,39	2.791,37	
85	313,90	70,43	243,46	9.700,19
86	313,90	68,71	245,19	9.455,00
87	313,90	66,97	246,92	9.208,08
88	313,90	65,22	248,67	8.959,41
89	313,90	63,46	250,43	8.708,97
90	313,90	61,69	252,21	8.456,77
91	313,90	59,90	253,99	8.202,77
92	313,90	58,10	255,79	7.946,98
93	313,90	56,29	257,61	7.689,37
94	313,90	54,47	259,43	7.429,94
95	313,90	52,63	261,27	7.168,67
96	313,90	50,78	263,12	6.905,56
TOTAL	3.766,76	728,66	3.038,10	
97	313,90	48,91	264,98	6.640,57
98	313,90	47,04	266,86	6.373,71
99	313,90	45,15	268,75	6.104,96
100	313,90	43,24	270,65	5.834,31
101	313,90	41,33	272,57	5.561,74
102	313,90	39,40	274,50	5.287,24
103	313,90	37,45	276,45	5.010,79
104	313,90	35,49	278,40	4.732,39
105	313,90	33,52	280,38	4.452,02
106	313,90	31,54	282,36	4.169,65
107	313,90	29,54	284,36	3.885,29

108	313,90	27,52	286,38	3.598,92
TOTAL	3.766,76	460,12	3.306,64	
109	313,90	25,49	288,40	3.310,51
110	313,90	23,45	290,45	3.020,06
111	313,90	21,39	292,50	2.727,56
112	313,90	19,32	294,58	2.432,98
113	313,90	17,23	296,66	2.136,32
114	313,90	15,13	298,76	1.837,56
115	313,90	13,02	300,88	1.536,68
116	313,90	10,88	303,01	1.233,66
117	313,90	8,74	305,16	928,51
118	313,90	6,58	307,32	621,19
119	313,90	4,40	309,50	311,69
120	313,90	2,21	311,69	0,00
TOTAL	3.766,76	167,84	3.598,92	
	37.667,60	12.350,43	25.317,17	

Fuente: Banco del Fomento

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 59: Resumen Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
MESES						
INVERSION INICIAL	28.130,19	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
PRESTAMO	25.317,17	0,900	TASA ACTIVA	7,31	0,0731	0,06579
APORTE CONTRAPARTE	2.813,02	0,100	TASA PASIVA	5,31	0,0531	0,00531
TOTAL INVERSION	28.130,19	1,000	TASA DE RENTABILIDAD			0,071100
						7,11%

Fuente: Tabla 58

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 60: Resumen de Costos Fijos y Variables

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos	1.234,00		1.234,00	14.808,00		14.808,00
Aporte Patronal	149,93		149,93	1.799,17		1.799,17
Décimo Tercer Sueldo	102,83		102,83	1.234,00		1.234,00
Décimo Cuarto Sueldo	88,50		88,50	1.062,00		1.062,00
Luz	25,00		25,00	300,00		300,00
Agua	3,00		3,00	36,00		36,00
Teléfono	35,00		35,00	420,00		420,00
Transporte	50,00		50,00	600,00		600,00
Útiles de Aseo y Limpieza	15,00		15,00	180,00		180,00
Útiles de Oficina	55,00		55,00	660,00		660,00
Manten. De Maquinarias y equipos	20,00		20,00	240,00		240,00
Manten. De Instalaciones	35,00		35,00	420,00		420,00
Depreciación de Activos Fijos	50,06		50,06	600,66		600,66
Servicios Bancarios	25,00		25,00	300,00		300,00
Viáticos y Movilización	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Vigilancia	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Seguros	112,00		112,00	1.344,00		1.344,00
Otros Gastos	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
OPERACIONALES						
Sueldos	1.158,00		1.158,00	13.896,00		13.896,00
Aporte Patronal	140,70		140,70	1.688,36		1.688,36
Décimo Tercer Sueldo	96,50		96,50	1.158,00		1.158,00
Décimo Cuarto Sueldo	88,50		88,50	1.062,00		1.062,00
Luz	51,14		51,14	613,65		613,65
Agua	5,93		5,93	71,10		71,10
Teléfono	14,84		14,84	178,08		178,08
Transporte	30,00		30,00	360,00		360,00
Útiles de Aseo y Limpieza	20,00		20,00	240,00		240,00
Útiles de Oficina	15,00		15,00	180,00		180,00
Manten. De Maquinarias y equipos	200,00		200,00	2.400,00		2.400,00
Manten. De Instalaciones	50,00		50,00	600,00		600,00
Depreciación de Activos Fijos	104,97		104,97	1.259,64		1.259,64

Viáticos y Movilización	20,00		20,00	240,00		240,00
Vigilancia	100,00		100,00	1.200,00		1.200,00
Seguros	110,00		110,00	1.320,00		1.320,00
Otros Gastos	120,00		120,00	1.440,00		1.440,00
MATERIA PRIMA		4.412,10	4.412,10		52.945,20	52.945,20
TOTAL	4.725,89	4.412,10	9.137,99	56.710,67	52.945,20	109.655,87

Fuente: Tabla 51, 52 y 55

Elaborado por: Cristian Chata

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables e ingresos. El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

A través de este análisis se determina cual es el nivel de ventas de manera que los ingresos ocasionados por las ventas sean iguales a los egresos generados. Por lo tanto no existe utilidad ni pérdida indicándonos que cantidad es la mínima a vender para cubrir los egresos del negocio. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001)

Formula

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Tabla 61: Punto de Equilibrio

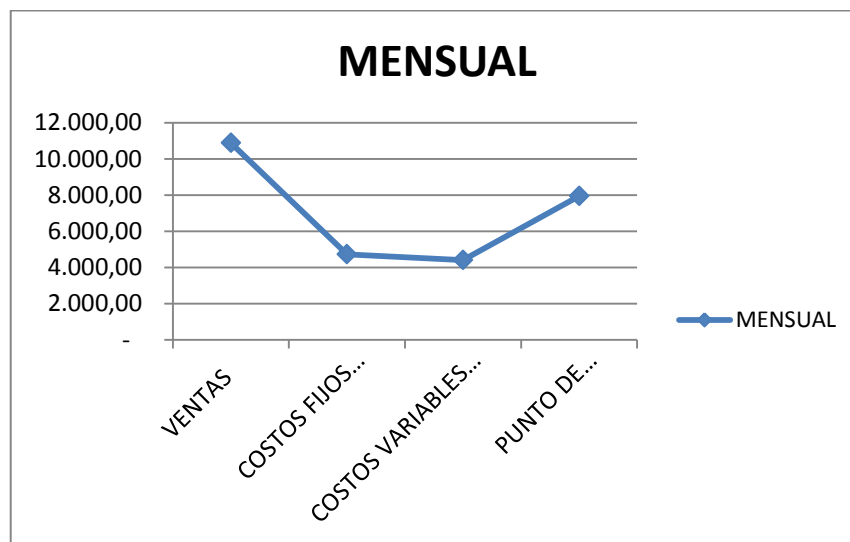
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	10.886,40	130.636,80
COSTOS FIJOS TOTALES	4.725,89	56.710,67
COSTOS VARIABLES TOTALES	4.412,10	52.945,20
PUNTO DE EQUILIBRIO	7.946,48	95.357,80

Fuente: Tabla 55 y 60

Elaborado por: Cristian Chata

Significa que \$ 7.946,48 es lo mínimo que debo vender para no perder ni ganar

Gráfico 8: Proyección Punto de Equilibrio



Fuente: Tabla 61 Punto de Equilibrio

Elaborado por: Cristian Chata

6.8 ESTADOS FINANCIEROS

Pronostica un panorama futuro del proyecto y se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto hasta su operación. Las proyecciones de los estados financieros se calculan para cierto número de años, este número dependerá de la clase de empresa y la disponibilidad de estimar dichas proyecciones lo más apegado a la realidad. (Financiera)

Tabla 62: Estado de Situación Financiera

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	4.725,89	Préstamos Bancarios por Pagar C/P	1.679,22
Inventarios de Materiales de Oficina	111,00	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	1.679,22
inventarios de Suministros de Limpieza	55,20	PASIVOS NO CORRIENTES	
Inventarios de Materia Prima	4.412,10		
Capacitación	200,00		
Asesoría Técnica	500,00		
Otros Activos	950,00	Préstamos Bancarios por Pagar L/P	23.637,95
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	10.954,19	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	23.637,95
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS	25.317,17
EQUIPOS INFORMATICOS	1.641,00	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA	355,00	Capital Social	2.813,02
MUEBLES Y ENSERES	2.825,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.020,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	16.841,00	TOTAL PATRIMONIO	2.813,02
OTROS ACTIVOS			
Gasto de Constitución	335,00	PASIVO MAS PATRIMONIO	
TOTAL OTROS ACTIVOS	335,00		
TOTAL ACTIVO	28.130,19		28.130,19
CAPITAL DE TRABAJO	9.274,97		

ACTIVOS CORRIENTES - PASIVOS CORRIENTES

Fuente: Tabla 54 y 59

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 63: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	130.636,80	139.781,38	149.566,07	160.035,70	171.238,20
COSTO DE VENTA	52.945,20	54.268,83	55.625,55	57.016,19	58.441,59
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	77.691,60	85.512,55	93.940,52	103.019,51	112.796,60
GASTOS DE PRODUCCION	27.906,84	30.367,21	31.741,01	33.190,41	34.719,80
Sueldos	13.896,00	14.729,76	15.613,55	16.550,36	17.543,38
Aporte Patronal	1.688,36	1.789,67	1.897,05	2.010,87	2.131,52
Décimo Tercer Sueldo	1.158,00	1.227,48	1.301,13	1.379,20	1.461,95
Décimo Cuarto Sueldo	1.062,00	1.125,72	1.193,26	1.264,86	1.340,75
Fondo De Reserva	0,00	1.227,48	1.301,13	1.379,20	1.461,95
Luz	613,65	619,79	625,99	632,25	638,57
Agua	71,10	71,81	72,53	73,25	73,99
Teléfono	178,08	179,86	181,66	183,48	185,31
Transporte	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
Útiles de Aseo y Limpieza	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
Útiles de Oficina	180,00	183,60	187,27	191,02	194,84
Manten. De Maquinarias y equipos	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Manten. De Instalaciones	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46
Depreciación de Activos Fijos	1.259,64	1.259,64	1.259,64	1.259,64	1.259,64
Viáticos y Movilización	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
Vigilancia	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92

Seguros	1.320,00	1.346,40	1.373,33	1.400,79	1.428,81
Otros Gastos	1.440,00	1.468,80	1.498,18	1.528,14	1.558,70
TOTAL GASTOS PRODUCCION	27.906,84	30.367,21	31.741,01	33.190,41	34.719,80
GASTOS OPERACIONALES	59.133,21	64.506,22	67.221,84	70.081,81	73.094,11
GASTOS DE ADMINISTRACION	29.138,83	32.199,90	33.703,27	35.289,66	36.963,94
Sueldos	14.808,00	15.696,48	16.638,27	17.636,56	18.694,76
Aporte Patronal	1.799,17	1.907,12	2.021,55	2.142,84	2.271,41
Décimo Tercer Sueldo	1.234,00	1.308,04	1.386,52	1.469,71	1.557,90
Décimo Cuarto Sueldo	1.062,00	1.308,04	1.386,52	1.469,71	1.557,90
Fondo de reserva	0,00	1.907,12	2.021,55	2.142,84	2.271,41
Luz	300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
Agua	36,00	36,36	36,72	37,09	37,46
Teléfono	420,00	424,20	428,44	432,73	437,05
Transporte	600,00	606,00	612,06	618,18	624,36
Útiles de Aseo y Limpieza	180,00	183,60	187,27	191,02	194,84
Útiles de Oficina	660,00	673,20	686,66	700,40	714,41
Manten. De Maquinarias y equipos	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
Manten. De Instalaciones	420,00	428,40	436,97	445,71	454,62
Depreciación de Activos Fijos	600,66	600,66	600,66	600,66	600,66
Servicios Bancarios	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Viáticos y Movilización	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
Vigilancia	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
Seguros	1.344,00	1.370,88	1.398,30	1.426,26	1.454,79

Otros Gastos	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Gastos de Constitución	335,00	0	0	0	0
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	29.138,83	32.199,90	33.703,27	35.289,66	36.963,94
Gastos Financieros	2.087,54	1.939,11	1.777,56	1.601,74	1.410,37
Pago de cuota bancaria	1.679,22	1.827,65	1.989,20	2.165,02	2.356,39
Intereses Bancarios	2.087,54	1.939,11	1.777,56	1.601,74	1.410,37
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.087,54	1.939,11	1.777,56	1.601,74	1.410,37
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	59.133,21	64.506,22	67.221,84	70.081,81	73.094,11
UTILIDAD OPERACIONAL	18.558,39	21.006,32	26.718,68	32.937,70	39.702,49
15% Participación trabajadores	2.783,76	3.150,95	4.007,80	4.940,65	5.955,37
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	15.774,63	17.855,38	22.710,88	27.997,04	33.747,12
22% Impuesto a la Renta	3.470,42	3.928,18	4.996,39	6.159,35	7.424,37
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	12.304,21	13.927,19	17.714,48	21.837,69	26.322,75
Depreciación de Activos fijos	1.860,30	1.860,30	1.860,30	1.860,30	1.860,30
FLUJO NETO	14.164,51	14.518,63	14.881,59	15.253,63	15.634,97
UTILIDAD	14.164,51	15.787,49	19.574,78	23.697,99	28.183,05

Fuente: Tabla 62

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 64: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado años posteriores

INGRESOS						
	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
VENTAS	183.224,87	196.050,61	209.774,15	224.458,34	240.170,43	1.804.936,55
COSTO DE VENTA	59.902,63	61.400,20	62.935,20	64.508,59	66.121,30	593.165,29
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	123.322,24	134.650,41	146.838,95	159.949,76	174.049,13	1.211.771,26
GASTOS DE PRODUCCION	36.244,52	37.948,19	39.746,71	41.645,62	43.650,81	357.161,13
Sueldos	18.595,98	19.711,74	20.894,45	22.148,11	23.477,00	183.160,33
Aporte Patronal	2.259,41	2.394,98	2.538,68	2.691,00	2.852,46	22.253,98
Décimo Tercer Sueldo	1.549,67	1.642,65	1.741,20	1.845,68	1.956,42	15.263,36
Décimo Cuarto Sueldo	1.421,20	1.506,47	1.596,86	1.692,67	1.794,23	13.998,00
Fondo De Reserva	1.549,67	1.642,65	1.741,20	1.845,68	1.956,42	14.105,36
Luz	644,95	651,40	657,92	664,50	671,14	6.420,15
Agua	74,73	75,47	76,23	76,99	77,76	743,86
Teléfono	187,16	189,04	190,93	192,84	194,76	1.863,11
Transporte	378,36	382,15	385,97	389,83	393,73	3.766,40
Útiles de Aseo y Limpieza	264,98	270,28	275,68	281,20	286,82	2.627,93
Útiles de Oficina	198,73	202,71	206,76	210,90	215,12	1.970,95
Manten. De Maquinarias y equipos	2.649,79	2.702,79	2.756,85	2.811,98	2.868,22	26.279,33
Manten. De Instalaciones	662,45	675,70	689,21	703,00	717,06	6.569,83
Depreciación de Activos Fijos	1.170,30	1.170,30	1.170,30	1.170,30	1.170,30	12.149,70
Viáticos y Movilización	264,98	270,28	275,68	281,20	286,82	2.627,93
Vigilancia	1.324,90	1.351,39	1.378,42	1.405,99	1.434,11	13.139,67

Seguros	1.457,39	1.486,53	1.516,27	1.546,59	1.577,52	14.453,63
Otros Gastos	1.589,88	1.621,67	1.654,11	1.687,19	1.720,93	15.767,60
TOTAL GASTOS PRODUCCION	36.244,52	37.948,19	39.746,71	41.645,62	43.650,81	357.161,13
GASTOS OPERACIONALES	76.136,00	79.478,72	83.000,47	86.711,12	90.621,10	749.984,60
GASTOS DE ADMINISTRACION	38.689,39	40.555,14	42.525,09	44.605,37	46.802,44	380.473,04
Sueldos	19.816,44	21.005,43	22.265,76	23.601,70	25.017,80	195.181,21
Aporte Patronal	2.407,70	2.552,16	2.705,29	2.867,61	3.039,66	23.714,52
Décimo Tercer Sueldo	1.651,37	1.750,45	1.855,48	1.966,81	2.084,82	16.265,10
Décimo Cuarto Sueldo	1.651,37	1.750,45	1.855,48	1.966,81	2.084,82	16.093,10
Fondo de reserva	2.407,70	2.552,16	2.705,29	2.867,61	3.039,66	21.915,35
Luz	315,30	318,46	321,64	324,86	328,11	3.138,66
Agua	37,84	38,21	38,60	38,98	39,37	376,64
Teléfono	441,42	445,84	450,30	454,80	459,35	4.394,13
Transporte	630,61	636,91	643,28	649,71	656,21	6.277,33
Útiles de Aseo y Limpieza	198,73	202,71	206,76	210,90	215,12	1.970,95
Útiles de Oficina	728,69	743,27	758,13	773,30	788,76	7.226,82
Manten. De Maquinarias y equipos	264,98	270,28	275,68	281,20	286,82	2.627,93
Manten. De Instalaciones	463,71	472,99	482,45	492,10	501,94	4.598,88
Depreciación de Activos Fijos	558,83	558,83	558,83	558,83	558,83	5.797,43
Servicios Bancarios	331,22	337,85	344,61	351,50	358,53	3.284,92
Viáticos y Movilización	1.987,35	2.027,09	2.067,63	2.108,99	2.151,17	19.709,50
Vigilancia	1.987,35	2.027,09	2.067,63	2.108,99	2.151,17	19.709,50
Seguros	1.483,88	1.513,56	1.543,83	1.574,71	1.606,20	14.716,43
Otros Gastos	1.324,90	1.351,39	1.378,42	1.405,99	1.434,11	13.139,67

Gastos de Constitución	0	0	0	0	0	335,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	38.689,39	40.555,14	42.525,09	44.605,37	46.802,44	380.473,04
Gastos Financieros	1.202,09	975,39	728,66	460,12	167,84	12.350,43
Pago de cuota bancaria	2.564,67	2.791,37	3.038,10	3.306,64	3.598,92	25.317,17
Intereses Bancarios	1.202,09	975,39	728,66	460,12	167,84	12.350,43
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.202,09	975,39	728,66	460,12	167,84	12.350,43
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	76.136,00	79.478,72	83.000,47	86.711,12	90.621,10	749.984,60
UTILIDAD OPERACIONAL	47.186,23	55.171,69	63.838,48	73.238,64	83.428,03	461.786,66
15% Participación trabajadores	7.077,93	8.275,75	9.575,77	10.985,80	12.514,20	69.268,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	40.108,30	46.895,94	54.262,71	62.252,85	70.913,82	392.518,66
22% Impuesto a la Renta	8.823,83	10.317,11	11.937,80	13.695,63	15.601,04	86.354,11
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	31.284,47	36.578,83	42.324,91	48.557,22	55.312,78	306.164,56
Depreciación de Activos fijos	1.729,13	1.729,13	1.729,13	1.729,13	1.729,13	17.947,13
FLUJO NETO	16.025,85	16.426,49	16.837,16	17.258,09	15.634,97	156.635,90
UTILIDAD	33.013,60	38.307,95	44.054,04	50.286,34	57.041,91	324.111,68

RENTABILIDAD =	130.636,80	14.164,51	10,84%
----------------	------------	-----------	--------

Fuente: Tabla 62

Elaborado por: Cristian Chata

Tabla 65: Indicadores Financieros

INVERSION INICIAL				- 28.130,19			
TASA PASIVA REFERENCIAL				5,31%	Tasa menor del proyecto	Tasa mayor de incertidumbre	
TASA ACTIVA REFERENCIAL				7,31%	0,0711	0,1711	
VIDA UTIL PROYECTO			10 AÑOS		7,78%	0,1	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO			FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-28.130,19						
1	14.164,51	-13.965,67	0,0711000	0,9336196	13.224,27	0,8360	11.841,26
2	14.518,63	552,95	0,0711000	0,8716456	12.655,10	0,6989	10.146,54
3	14.881,59	15.434,55	0,0711000	0,8137855	12.110,42	0,5842	8.694,37
4	15.253,63	30.688,18	0,0711000	0,7597661	11.589,19	0,4884	7.450,03
5	15.634,97	46.323,15	0,0711000	0,7093326	11.090,40	0,4083	6.383,78
6	16.025,85	62.349,00	0,0711000	0,6622468	10.613,07	0,3413	5.470,14
7	16.426,49	78.775,49	0,0711000	0,6182866	10.156,28	0,2853	4.687,25
8	16.837,16	95.612,65	0,0711000	0,5772446	9.719,16	0,2385	4.016,41
9	17.258,09	112.870,73	0,0711000	0,5389269	9.300,85	0,1994	3.441,58
10	15.634,97	128.505,71	0,0711000	0,5031527	7.866,78	0,1667	2.606,51
	128.505,71						
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO					108.325,51		64.737,88
INVERSION INICIAL					28.130,19		28.130,19
VAN					80.195,32		36.607,69
PRC					2,1890		
TIR					25,51%		
R.C.B.					2,85		
RENTABILIDAD SIMPLE					45,68		

Fuente: Tabla 63

Elaborado por: Cristian Chata

6.9 ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

- La inversión con la que se va a iniciar el proyecto es de \$ 28.130,19.
- El Valor Actual Neto para el presente proyecto es de \$ 80.195,32 que es un valor positivo, lo que significa que cubre la inversión inicial por lo tanto conviene ejecutar el proyecto
- La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 25,51% positiva en los años de vigencia del proyecto.
- El Periodo de Recuperación de la Inversión de la microempresa Productora y Comercializadora de galletas de avena es dentro de 2 años y 2 meses, lo cual determina que si es un proyecto viable.
- La relación B/C para el proyecto es de \$ 2,85, lo que significa que el valor presente neto de los beneficios es mayor que el valor presente de los costos; es decir que por cada dólar invertido se puede generar un beneficio de \$1,85.
- El proyecto va a tener una rentabilidad simple de 45,68 lo cual nos indica que el proyecto se puede ejecutar.

6.10 ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL

Para realizar el análisis del impacto social es importante tener en cuenta la siguiente definición:

La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto.

El proyecto traerá efectos positivos para la comunidad. La creación de la microempresa beneficiara en gran medida a la población porque ofrecerá productos que contribuirán a mejorar la salud y contrarrestar enfermedades por su alto contenido nutricional.

Por otra parte permitirá mejorar el nivel de vida de la población a través de la generación de nuevas fuentes de empleo y como una alternativa económica para enfrentar problemas sociales la mala nutrición y la subida de precios de los alimentos en nuestro país.

Estimula la vocación industrial y emprendedora del país al utilizar mano de obra y materia prima nacional.

6.11 ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

Para ello se toma en cuenta lo que dice la constitución ecuatoriana en su artículo 86:

Art. 86. Según el Título III; La Constitución; Sección segunda Del medio ambiente- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declaran de interés público y se regularán conforme a la ley:

1. La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.
2. La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas.
3. El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales. (Constituyente)

La ejecución del proyecto no incide en la contaminación ambiental del aire, agua y suelo como también no destruye el ecosistema. Esta situación se da debido a que el proceso productivo de la elaboración de galletas no emana gases tóxicos o nocivos, no utiliza químicos contaminantes e incluso sus máquinas y equipos no emiten fuertes ruidos que contaminan el ambiente. La microempresa aplicara en sus procedimientos normas vigentes de calidad e higiene de productos alimenticios.

Se utilizara racionalmente los recursos tanto energía eléctrica como agua potable.

Para el análisis ambiental también se considera las normas ISO 14000 que consiste en:

Una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continúa de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada a los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente.

El estudio del impacto ambiental está tomando mayor importancia en la evaluación de proyectos, debido a una cultura ambientalista que se encuentra en constante evolución y debido a los beneficios y costos que la inversión ocasionara.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Del diagnóstico realizado se llega a concluir que en la ciudad de Guaranda existe la necesidad de una microempresa de galletas de avena que se diferencie de la competencia.
- A través del estudio de mercado realizado se puede observar que existe una considerable demanda debido a la nueva tendencia de consumo de productos nutritivos y al cambio tanto en el estilo de vida como en los gustos y preferencias de los consumidores.
- Es conveniente invertir en una empresa productora y comercializadora de galletas de avena ya que trabajando en turnos de ocho horas diarias, la inversión presenta una rentabilidad económica aceptable.
- Los impactos que genera en la implantación del proyecto son positivos, ya que no va a producir mayores inconvenientes lo cual genera nuevas expectativas de desarrollo en el sector.

7.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la microempresa aproveche las ventajas que brinda la ciudad para su puesta en marcha.
- Implantar el proyecto tomando en cuenta las diferentes necesidades del mercado meta.
- No solo se debe promover la realización de este tipo de estudios, sino buscar la manera de convertirlos en oportunidades de negocios, generando así beneficios económicos para los inversionistas, nuevas fuentes de trabajo, pero lo más importante mejorar el nivel de vida de la población.
- Tener claro los posibles impactos que genere la implantación del proyecto y estar preparado para corregir cualquier efecto negativo que se presente durante el transcurso del funcionamiento de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2001) *Evaluación de Proyectos* (4ta ed.). México: Mc Graw- Hill.
- Cadavid Fonnegra, M. D. (2008) *Contabilidad de Costos Guía Didáctica y Módulo*. Medellín.
- Chiavenato, I. (2001) *Administración de Recursos Humanos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Córdoba Padilla, M. (2011) Factibilidad. En M. Córdoba Padilla, *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoediciones.
- Financiera, N. (s.f.) *Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2004) *Mercadotecnia. México*: McGraw Hill.
- Folke Kafka, K. (2004) *Evaluación Estratégica de Proyectos de Inversión*. Lima: Edt U del Pacífico.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill.
- Jacome, W. (2005) *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra: CUDIC Editorial Universitaria.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008) *Principios de marketing*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Alcazar, R. (2003) *El emprendedor del éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Lamb, C., et al. (2002) *Marketing*. International Thomson Editores S.A.
- Lara Davila, B. (2010) *Como Elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*. Quito: Espín.
- Naranjo, M. (2006) *Contabilidad Comercial y de Servicios*. Quito.
- Nassir Sepag, C. (2007) *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- Pimentel, E. (2008) *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Aspectos Teóricos y prácticos*.
- Rosillo, J. (2008) *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Congage Learning Editores.
- Sarmiento, R. (2005) *Contabilidad General*. Quito: EDYPE.
- Thompson, et al. (2012) *Administración Estratégica*. México: Mc. Graw Hill.
- Asamblea, C. (2008.). *Constitución Política del Ecuador*.

Gobierno Autonomo Descentralizado del cantón Guaranda. (2014). Recuperado el 1 de 12 de 2014, de <http://www.guaranda.gob.ec/web/el-canton/historia>.

Trejo, R. d. (25 de 8 de 2008). *Blogger*. Recuperado el 1 de 12 de 2014, de <http://reginadetrejo.blogspot.com/2008/08/generalidades-de-la-empresa.html>

8150-Microempresas. (2011). Recuperado el 1 de 12 de 2014, <https://sites.google.com/site/8150microempresas/clasificacion>.

4uPress. (20 de 8 de 2013). Recuperado el 1 de 12 de 2014, de <http://www.4upress.com/index.php/empresa/item/3168-la-finalidad-de-la-empresa#.VJIJK9KUdFU>

Mejor con salud. (julio de 2013). Recuperado el 1 de 12 de 2014, de <http://mejorconsalud.com/2013/07/>

ANEXOS

Anexos 1: Encuesta realizada a la población de Guaranda

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA DE EMPRESAS



OBJETIVO: Este cuestionario está realizado con el fin de conocer si es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de avena.

Responda a cada pregunta marcando con una X la respuesta que usted desee.

Edad...63....

Sexo: F ☐ M ☒

1. ¿Consume usted galletas?

- a) Si ☒
b) No ☐

2. ¿Con que frecuencia consume galletas?

- a) Diariamente ☐
b) Una vez a la semana ☐
c) Cada 15 días ☐
d) Una vez al mes ☒

3.- ¿Cuánto paga por un paquete de galletas actualmente

a) En Caja

2,50	<input type="checkbox"/>	2,30	<input type="checkbox"/>	2,10	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

b) Empaque individual (de 4 galletas)

0,45	<input type="checkbox"/>	0,40	<input type="checkbox"/>	0,35	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

c) Empaque individual (de 6 galletas)

0,60	<input type="checkbox"/>	0,55	<input type="checkbox"/>	0,5	<input checked="" type="checkbox"/>
------	--------------------------	------	--------------------------	-----	-------------------------------------

4.- ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta a la hora de adquirir galletas?

- a) Precio ☒
b) Cantidad ☐

- c) Calidad -----
- d) Sabor -----
- e) Valor nutricional -----

5.- ¿En qué tipo de establecimiento compra las galletas?

- a) Supermercados -----
- b) Tiendas -----
- c) Otros -----X-----

6.- ¿Le gustaría consumir una nueva galleta de alto contenido nutritivo a base de avena, que tiene un sabor similar al de las galletas que generalmente consume?


- a) Si -----X-----
- b) No -----

7.- ¿Cómo prefiere el empaque de las galletas

- a) En Caja -----
- b) Empaque individual (de 4 galletas) -----
- c) Empaque individual (de 6 galletas) -----
- d) Otro -----X-----

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexos 2: Requisitos para créditos del segmento productivo

 BNF <small>BANCO NACIONAL DEL PERÚ</small>	MANUAL DE POLÍTICAS DE CRÉDITO - SEGMENTO PRODUCTIVO		
	CÓDIGO:	VERSIÓN: 01 JULIO - 2012	Pág. 22 de 52

Requisitos para créditos del segmento productivo

Persona natural – Cliente Nuevo – Garantía Quirografía

REQUISITOS PARA CRÉDITOS PRODUCTIVOS (CLIENTE NUEVO)
GARANTÍA QUIROGRAFARIA
SOLICITANTE
Copia legible en blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente del solicitante
Copia legible en blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente del cónyuge del solicitante
Copia legible en blanco/negro o a color del certificado de votación del último proceso electoral del solicitante
Copia legible en blanco/negro o a color del certificado de votación del último proceso electoral del cónyuge del solicitante
Copia del documento de separación de bienes o disolución de la sociedad conyugal (inscrita en el Registro Civil) del solicitante si es casado
Copia legible del R.U.C o R.I.S.E. del solicitante
Copia legible de permisos de funcionamiento del solicitante si aplica
Original del Certificado Laboral o el último Rol de Pagos no mayor a 30 días desde la emisión, del solicitante (si aplica). (Debe registrar firma y sello de la Empresa)
Copia legible de la Carta o recibo de Impuesto Predial o de las escrituras de los bienes inmuebles declarados del solicitante
Copia legible de Matrícula de vehículos o Contrato de Compra Venta notariada del solicitante
Copias del comprobante de luz, agua, o teléfono del solicitante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días)
En caso de poseer bienes inmuebles y/o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del bien y/o Título de propiedad o contrato de arrendamiento del lugar de inversión cuando éste sea diferente al domicilio
Copia de los Estados Financieros (Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias) del solicitante del último ejercicio económico presentados al órgano de control o Estado de Situación Personal actualizado
Copia legible de la Declaración del Impuesto a la Renta del solicitante
Copia legible de la última Declaración del IVA del solicitante
Original del Certificado (en caso de registrar deudas vencidas) de no adeudar o estar al día en los pagos en otras instituciones del Sistema Financiero del Solicitante.
Original del Certificado (en caso de registrar deudas vencidas) de no adeudar o estar al día en los pagos en otras instituciones del Sistema Financiero del Cónyuge del solicitante.
Original del Plan de Inversión (Formato entregado por el Banco), para préstamos desde USD \$20 000 hasta USD \$100 000 u Original de Proyecto de Factibilidad de la actividad productiva a desarrollar, para préstamos superiores a los USD \$100 000
Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de los bienes a adquirir con el préstamo (aplica únicamente para compras de activos fijos). En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción del solicitante
Original de Calificación como artesanos emitido por Entidad Reguladora correspondiente
Copia del último Certificado Único de Vacunación emitido por el CONEFA (Comisión Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa) Cuando se declare ganado existente como Activo en el Estado Financiero del solicitante)
Copia legible de la matrícula de la embarcación para pesca, emitida por la capitanía del Puerto u Organismo Competente
Copia legible del documento que lo acredita como Pescador Artesanal emitido por la Sub Secretaría de Recursos Pesqueros o la Federación Nacional de Pescadores Artesanales.
Documento donde consta el aval del proyecto por parte de los Ministerios de acuerdo al ámbito de competencia

SINILLAS:

[Firma manuscrita]

Anexos 3: Proforma maquinaria Hornos Andino



Riobamba, Enero 23 del 2015

Señor
Cristian Chata
Guaranda

PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	P. TOTAL
1	HORNO DE CONVECCION AUTOMATICO A GAS 12 BANDEJAS MATERIALES: 100% acero AISI 430 * DIMENSIONES: altura total 200 x fondo 98 x frente 88 cm incluye 12 bandejas de aluminio 45 cm x 64 cm peso aproximado: 350 kgs * COMBUSTIBLE GLP Gas Industrial 110 voltios * CARACTERISTICAS: Multiuso para panaderia, pasteleria y empresas de catering. Campana extractora de olores Panel de control digital con sensores de tiempo, encendido y alarmas Encendido automatico Montado sobre ruedas para una mayor movilidad Vidrio panorámico templado * CAPACIDAD DE PRODUCCION 1200 panes por hora 12 tortas medianas cada 40 minutos	<u>\$ 4'600,00</u>
1	HORNO DE CONVECCION BASICO DE 6 BANDEJAS *MATERIALES: 100% acero inoxidable AISI 430 pulido * DIMENSIONES: altura total 1,50 fondo 102, frente 82 * CARACTERISTICAS: termometro encendido automatico montado sobre ruedas Vidrio panorámico templado * COMBUSTIBLE GLP Gas Industrial 110 voltios	



www.hornosandino.com
Fábrica: Av. Lizarzaburo y Av. 11 de Noviembre



*** INCLUYE**

6 bandejas de aluminio 64 x 45 cm
manguera y valvula industrial
2 pares de guantes termicos
*** CAPACIDAD DE PRODUCCION**
600 panes por hora
12 tortas medianas cada 40 minutos

\$ 2'600,00

1 BATIDORA

100% acero AISI 430
*** DIMENSIONES:**
altura 80cm
peso aproximado 140 libras
*** CARACTERISTICAS:**
Voltaje 110 V
3 velocidades
Incluye: globo, escudo y gancho
*** CAPACIDAD DE PRODUCCION**
20 litros o 20 libras
maxima capacidad de harina 9 kgs
maxima capacidad de agua 55% a 65%

\$ 1'800,00

1 AMAZADORA 30 LIBRAS

*** MATERIALES**
100% acero inoxidable
batea, piezas internas incluido pernos y astas
motor 3hp 185 revoluciones por minuto
Voltaje 220 V
*** CARACTERISTICAS**
30 libras masa terminada
olla gira para un sentido
gancho amaza para el sentido contrario a olla contrario
barilla central que ayuda a laminar la masa
malla protectora de seguridad

\$ 2'800,00



www.hornosandino.com
Fábrica: Av. Lizarzaburo y Av. 11 de Noviembre



1 PORTABANDEJAS GRANDE

100% Acero Inoxidable
Ruedas con freno
20 bandejas de aluminio 64 x 45 cm
Dimensiones
Alto: 1, 62 cm Frente: 52 cm Fondo: 66 cm

\$ 650,00

1 MESA DE TRABAJO

100% Acero Inoxidable MATTE 1mm
tubo de acero inoxidable de 2"
DIMENSIONES
Frente 180 cm Fondo 60 cm Alto 85 cm
CARACTERISTICAS
Con un espaldar de 15 cm de alto
1 bandeja inferior

\$ 550,00

VALIDEZ DE LA OFERTA: 60 días
PLAZO DE LA ENTREGA: 15 DIAS
FORMA DE PAGO: 50% entrada 50% contra entrega
PRECIO INCLUYE: IVA transporte* e instalacion
GARANTIA: 1 año en fallas de fabricación


Susana Andino

Telf; 032604607 2604612 2604596 ext 101
www.hornosandino .com



www.hornosandino.com
Fábrica: Av. Lizarzaburo y Av. 11 de Noviembre

Anexos 4: Muebles y Enseres MADERMUEBLE

VARIEDAD

 MADERMUEBLE

Muebles para optimizar sus espacios físicos ya sea en su hogar u oficina.



Anexos 5: Cartón para las galletas



Anexos 6: Preparación de galletas de avena



Anexos 7: Galletas listas para meter al horno

